

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MARKETINGU A OBCHODU

**Analyza bankovních produktů pro malé a střední podnikatele**  
**The Analysis of Bank Products for Small Business**

Student: Daniela Holubová  
Vedoucí bakalářské práce: Ing. Petr Skopal

Ostrava 2009

„Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou práci vypracovala samostatně. Přílohu č. 3 jsem samostatně doplnila.“

V Ostravě dne

.....  
Daniela Holubová

Děkuji vedoucímu bakalářské práce Ing. Petru Skopalovi za odborné a cenné rady při přípravě mé bakalářské práce.

## Obsah:

<b>1. Úvod.....</b>	<b>1</b>
<b>2. Charakteristika finančního trhu.....</b>	<b>2</b>
2.1. Finanční trh České republiky .....	2
2.2. Bankovní prostředí v České republice .....	3
2.2.1. Základní ukazatele o bankovním sektoru podle ČNB.....	4
2.3. Charakteristika makroprostředí .....	5
2.3.1. Demografické prostředí.....	5
2.3.2. Ekonomické prostředí .....	7
2.3.3. Legislativní prostředí.....	10
2.3.4. Technologické prostředí .....	11
2.3.5. Sociálně kulturní prostředí .....	12
2.4. Charakteristika vybraných bank a jejich účtů pro podnikatele .....	12
<b>3. Teoretická východiska .....</b>	<b>14</b>
3.1. Finanční trh .....	14
3.2. Trh organizací – B2B trh.....	15
3.3. Služby na B2B trhu .....	16
3.4. Bankovní systém .....	17
3.5. ČNB a její funkce.....	17
3.6. Charakteristika obchodní banky.....	18
3.7. Bankovní produkty .....	18
3.7.1. Základní rysy bankovních produktů.....	18
3.7.2. Členění bankovních produktů .....	19
<b>4. Metodika výzkumu.....</b>	<b>24</b>
4.1. Definování problému.....	24
4.2. Cíl výzkumu .....	24
4.3. Plán výzkumu .....	24
4.3.1. Typy a zdroje údajů.....	24
4.3.2. Metoda sběru údajů .....	25
4.3.3. Způsob sběru údajů .....	25
4.3.4. Základní soubor.....	25
4.3.5. Výběrový soubor a technika výběru.....	25
4.3.6. Dotazník .....	26
4.3.7. Metody analýzy .....	26

4.3.8.	Rozpočet výzkumu .....	26
4.3.9.	Harmonogram činností .....	26
4.4.	Realizační etapa .....	26
4.4.1.	Pilotáž .....	26
4.4.2.	Sběr údajů .....	27
4.4.3.	Analýza údajů .....	27
<b>5.</b>	<b>Analýza výsledků .....</b>	<b>28</b>
5.1.	Ohodnocení jednotlivých účtů dle sekundárních údajů .....	28
5.2.	Celkové vyhodnocení výzkumu .....	30
5.3.	Vyhodnocení výsledků jednotlivých bank .....	36
<b>6.</b>	<b>Návrhy a doporučení .....</b>	<b>43</b>
6.1.	Doporučení pro banky .....	43
6.2.	Doporučení pro podnikatele .....	43
<b>7.</b>	<b>Závěr .....</b>	<b>50</b>
	<b>Seznam použité literatury .....</b>	<b>51</b>
	<b>Seznam zkratk .....</b>	<b>54</b>
	<b>Seznam tabulek .....</b>	<b>55</b>
	<b>Seznam grafů .....</b>	<b>55</b>
	<b>Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce .....</b>	<b>56</b>
	<b>Seznam příloh .....</b>	<b>57</b>

# 1. Úvod

Bankovníctví se neustále rozvíjí a nabízí stále nové, případně zlepšené produkty, proto je velmi těžké se v této nabídce zorientovat a vybrat si ten správný, vyhovující produkt pro své potřeby.

V dnešní době se snad nenajde žádný podnikatelský subjekt, který by neměl u banky vedený účet. Mít založený účet sice není povinností, ale na dnešním trhu je to takřka nezbytnost. Od roku 2004 vstoupil v platnost zákon, který omezuje platby v hotovosti (jedná se především o velmi vysoké částky). Tuzemské firmy také mohou spolupracovat se zahraničními investory a v tomto případě by přijímání plateb v hotovosti bylo složité a zdlouhavé.

Podnikající osoby mohou ke své činnosti využívat účty soukromé, ale to s sebou obvykle přináší nesrovnalosti s obchodními podmínkami banky. Soukromé účty nejsou vhodné ani z hlediska zpracovávání účetnictví externími účetními, protože pak mají problém rozlišit soukromé a podnikatelské transakce. Soukromé účty postačují pouze k daňové evidenci a při menším množství operací, především daňových. [29]

Právě proto, že mít založený účet je pro podnikatele téměř nezbytné, představují tyto osoby pro banky důležitou klientelu. Pokud banka právě nevstoupila na trh, v nabídce má několik balíčků pro tyto klienty. Podnikatelské účty nabízí tyto banky: Komerční banka, Československá obchodní banka, Česká spořitelna, UniCredit Bank, Raiffeisenbank, Citibank, GE Money Bank, Volksbank, mBank (pouze pro fyzické osoby - podnikatele), Waldviertler Sparkasse von 1842, Oberbank, LBBW Bank CZ, a.s a také Fio, družstevní záložna.

Cílem bakalářské práce je analýza bankovních produktů pro malé a střední podnikatele a výběr nejvhodnějšího podnikatelského účtu z vybraných bank. Dílčím cílem je tedy analýza nabídek podnikatelských účtů na trhu a provedení marketingového výzkumu, kterým bude zjištěno, u jakých bank mají podnikatelé nejčastěji založený účet, co je ovlivnilo při výběru banky, jak jsou s bankou spokojeni a jak často využívají některé služby spojené s běžným účtem. Bakalářská práce se zaměřuje na následující banky: Komerční banka, Československá obchodní banka, UniCredit Bank, Raiffeisenbank, Citibank, GE Money Bank, Volksbank, mBank a Česká spořitelna. Při závěrečném porovnání nabídek bank záleží na každém podnikatelském subjektu, jaký produkt si zvolí.

## 2. Charakteristika finančního trhu

### 2.1. *Finanční trh České republiky*

O finančním trhu lze pojednávat pouze v kontextu s tržní ekonomikou. Finanční trh je tedy institucí, která realizuje a zprostředkovává prodej a nákup kapitálu subjektům, které na tomto trhu vystupují. Subjekty finančního trhu jsou jednak tzv. přebytkové subjekty, neboli subjekty, které peníze nabízejí, a dále tzv. schodkové subjekty, čili subjekty, které peníze poptávají.

Přebytkovými subjekty jsou podle situace právě banky, dále pojišťovny, fondy, domácnosti a jiné, schodkové subjekty mohou být například podnikatelé a veřejný sektor.

Banky, stejně jako domácnosti nebo podniky mohou být přebytkovými i schodkovými subjekty podle dané situace.

Jiným způsobem lze subjekty finančního trhu rozdělit na jednotlivé sektory:

- subjekty finančního sektoru (banky, pojišťovny, fondy, obchodníci s cennými papíry, zprostředkovatelé aj.),
- podnikový sektor,
- sektor domácností,
- sektor veřejnoprávní (orgány vlády a místní samosprávy, společenské organizace aj.).

V roce 2007 dosáhla ekonomika ČR růstu, kdy se HDP zvýšilo o 6,5 %. Finanční instituce měly k dispozici přibližně 3,2 bilionů Kč pro operace na finančním trhu, což představuje oproti roku 2006 nárůst o zhruba 14 %.<sup>1</sup>

Finanční instituce měly stabilní hospodářské výsledky, kdy hlavní objem zisku tvořil především bankovní sektor. Svým objemem aktiv tvoří kolem 88 % HDP.

V polovině roku 2008 se česká ekonomika nachází v sestupné fázi hospodářského cyklu, objem prostředků, které měly finanční instituce k dispozici, však stále roste. Objem přijatým vkladů i úvěrů na bankovním sektoru roste, banky však důkladněji posuzují bonitu

---

<sup>1</sup> *Zpráva o vývoji finančního trhu v roce 2007* [online]. Ministerstvo financí, oddělení analýz finančního trhu, 2008 [cit. 2009-02-12]. Dostupný z WWW: <[http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/financni\\_trh\\_40182.html](http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/financni_trh_40182.html)>.

žadatelů o úvěr a snaží se jen minimálně investovat do rizikových aktiv. Co se týče Pražské burzy, ta byla tvrdě zasažena finanční krizí, celkový objem obchodů na ní neustále klesá. Index PX (slouží ke sledování vývoje trhu a jeho vývojovým tendencím i z dlouhodobého hlediska) ztrácel v říjnu více než 50 % své hodnoty.

## **2.2. Bankovní prostředí v České republice**

Historie bankovníctví se u nás začala vyvíjet až kolem poloviny 19. století v důsledku národního obrození. V Praze působily ze začátku pouze rakouské banky. V roce 1853 v našich zemích zahájila činnost Böhmisches Eskomptebank, která už provozovala všechny běžné bankovní činnosti. O 15 let později vznikla v Praze Živnostenská banka pro Čechy a Moravu. Český termín banka se však použil poprvé už v roce 1864, kdy byla založena Hypoteční banka Království českého. [7]

Dnešní prostředí, ve kterém banky podnikají, je odlišné od prostředí, kde působí ostatní podnikatelské subjekty. Bankovní prostředí je přísněji regulováno, což vyplývá převážně z toho, že případné problémy bank mají závažné dopady na celou ekonomiku státu, bankami také prochází velký objem peněz, ve většině případů se jedná o peníze cizí z pohledu banky, a je nutno chránit klienty bank, pokud vstupují do pozice věřitele vůči bance.

Vstup do odvětví, kde banky působí, je regulováno, činnosti bank jsou upraveny speciálními normami, banky také podléhají regulaci centrální banky státu. Banky ale mohou provádět operace, které jiné subjekty vykonávat nemohou. Je to především obchodování na peněžním trhu s ostatními bankami nebo přímo s bankou centrální a přímé zapojení do mezibankovních systémů.

České bankovníctví podléhá legislativě Evropské Unie, která je harmonizována ve všech členských státech. Bankovní prostředí významným způsobem ovlivňuje Česká národní banka, která je v pozici vrcholného subjektu měnové politiky, regulátora a supervizora bank.

Na počátku srpna roku 2008 v USA došlo k tzv. hypoteční krizi, kdy investiční banka Bear Stearns musela zavřít dva fondy, které financovaly rizikové hypotéky. O měsíc později zkrachovala hypoteční společnost Countrywide Financial. Na burzách tak došlo k velkým propadům hypoték, nepomohlo ani několikeré snížení úrokových měr. Američané přestali být schopni své hypotéky splácet a docházelo i k poklesu cen nemovitostí, což finančním podnikům způsobilo obrovské ztráty. Tyto ztráty a velké zadlužení bank mělo za následek ztrátu jejich likvidity a banky si navzájem přestávaly půjčovat peněžní prostředky. Následně



zkrachovaly další dvě banky, krize se pak projevila i v Evropě. V některých evropských státech došlo ke znárodnění některých velkých bank. Americký prezident na záchranu pro trhy vyčlenil 700 miliard dolarů. [20]

České banky krize přímo nezasáhla, a důvěra v bankovní sektor je v ČR stále vysoká. Je však možné, že v důsledku této krize se ztíží podnikatelům přístup k úvěrům, protože banky budou obezřetnější při poskytování finanční pomoci rizikovějším klientům.

Firmy, s jejichž akciemi se obchoduje na pražské burze, vyplatí na dividendách o 8 mld. Kč více než loni. Je to dáno převážně tím, že velké společnosti, jako je například ČEZ nebo Telefónica O2, krize nijak výrazně nezasáhla. Ani Komerční banka nebyla oproti roku 2007 nucena snížit vyplácené dividendy. [14]

### **2.2.1. Základní ukazatele o bankovním sektoru podle ČNB**

Veškeré údaje byly získány z www stránek ČNB ([www.cnb.cz](http://www.cnb.cz)) a vztahují se k datu 30. 9. 2008.

K 30. 9. 2008 bylo na území České republiky celkem 38 bank s licencí, z toho 7 bank s rozhodující českou účastí a 31 bank s rozhodující zahraniční účastí. Dále se na území ČR nachází celkem 33 bank bez licencí.

Aktiva bankovního sektoru (pouze bank s licencí) dosahují výše 4 025 770 miliónů Kč, z toho největší částku představují 2 510 872 mil. Kč úvěry a jiné pohledávky<sup>2</sup>. Další vysokou částku představují pohledávky vůči centrálním bankám, celkem 421 824 mil. Kč. Největší částí pasiv pak jsou finanční závazky v naběhlé hodnotě, celkem 3 337 862 mil. Kč. Zisk bankovního sektoru po zdanění činí 36 982 mil. Kč. Podle ČNB dále mají banky k dispozici 947 661 mil. Kč rychle likvidních aktiv.

ČNB dělí banky podle bilanční sumy (úhrn celkových aktiv a pasiv) na:

- velké banky s bilanční sumou nad 100 mld. Kč,
- střední banky s bilanční sumou 15 – 100 mld. Kč,
- malé banky s bilanční sumou pod 15 mld. Kč.

---

<sup>2</sup> Podle ČNB jsou úvěry a jiné pohledávky finanční aktiva s pevně stanovenými nebo určitelnými platbami, která nejsou kótovaná na aktivním trhu (nejsou veřejně obchodovatelná), jiná než: a) k obchodování, b) při výchozím zaúčtování vykázaná v reálné hodnotě do zisku nebo ztráty, c) realizovatelná, d) držena do splatnosti.

Velké banky se podílí na celkových aktivech bankovního sektoru 59,97 procenty, střední banky 11,45 procenty a nakonec malé banky 5,08 procenty. Zbytek, tedy celkem 23,5 procent tvoří pobočky zahraničních bank a stavební spořitelny. Na hrubých úvěrech se pak velké banky podílí 53,56 procenty, střední banky 18,04 procenty, malé banky 6,39 procenty, pobočky zahraničních bank 11,39 procenty a nakonec stavební spořitelny 10,62 procenty. Dalším ukazatelem, který ČNB sleduje, je podíl těchto skupin bank na vkladech klientů. Velké banky mají podíl na vkladech klientů 63,99 procent, střední banky 7,96 procent, malé banky 3,78 procent, pobočky zahraničních bank 9,36 procent a stavební spořitelny 14,91 procent.

### **2.3. Charakteristika makroprostředí**

Makroprostředí představuje nepředvídatelné, nebo velmi málo předvídatelné vlivy okolí. Působí neustále na činnosti subjektů a přináší změny, ať už v podobě příležitostí nebo hrozeb. Ze zjištěných trendů, ke kterým v makroprostředí dochází, lze odvodit přibližný budoucí vývoj. Vlivy makroprostředí lze členit na několik hlavních oblastí: demografické prostředí, ekonomické prostředí, legislativní prostředí, technologické prostředí, sociálně kulturní prostředí a prostředí přírodní. Přírodním prostředím se dále zabývat nebudu, protože s bankovním sektorem úzce nesouvisí.

#### **2.3.1. Demografické prostředí**

Demografické prostředí představuje informace týkající se populace. Z bankovního hlediska je dobré znát především věkovou strukturu a životní úroveň obyvatel a to proto, aby banky nenabízely služby, které by si obyvatelé nemohli dovolit, případně o ně neměli zájem. Dále jsou důležité informace o podnicích, zejména jejich počet.

#### **Věková struktura obyvatel České republiky**

**Tabulka 2-1**

<b>Věk/rok</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>
<b>0-14 let</b>	1 672 593	1 631 771	1 589 766	1 554 475	1 526 946	1 501 331	1 479 514	1 476 923
<b>15-64 let</b>	7 206 488	7 217 645	7 195 541	7 233 788	7 259 001	7 293 357	7 325 238	7 391 373
<b>nad 65 let</b>	1 416 236	1 420 310	1 417 962	1 423 192	1 434 630	1 456 391	1 482 437	1 512 834

Zdroj: [www.czso.cz](http://www.czso.cz)

Občané České republiky se v průměru dožívají vyššího věku a mají méně dětí než v minulosti. V důsledku toho dochází ke změně věkové struktury populace a tzv. demografickému stárnutí. Počet starších občanů v České republice se tak postupně zvyšuje. V roce 2004 tvořili lidé starší 65 let 14 % populace ČR. V roce 2030 by měli podle odhadů

ČSÚ občané starší 65 let tvořit 22,8 % a v roce 2050 pak 31,3 % obyvatel České republiky, což představuje přibližně 3 miliony osob. Počet lidí ve věku 85 a více let by měl do roku 2050 stoupnout přibližně na půl milionu (v roce 2004 jich bylo 93 516).

### **Životní úroveň**

Životní úroveň lze měřit podle HDP na obyvatele v PPS (Purchasing Power Standard). PPS představuje uměle vytvořenou měnovou jednotku, která se používá při mezinárodních srovnáních k vyjádření objemu ekonomických agregátů. Je vypočtena jako podíl hodnoty v národní měně a příslušné parity kupní síly (PPP).

**Tabulka 2-2**

<b>HDP na obyvatele v PPS</b>	<b>2 000</b>	<b>2 001</b>	<b>2 002</b>	<b>2 003</b>	<b>2 004</b>	<b>2 005</b>	<b>2 006</b>	<b>2007</b>
	13 036	13 891	14 419	15 215	16 257	17 058	18 299	19 966

Zdroj: [www.czso.cz](http://www.czso.cz)

Životní úroveň má v České republice rostoucí trend, což má za následek i rostoucí poptávku po zboží a službách. Rostoucí životní úroveň rovněž znamená i vyšší příjmy a z toho plynoucí zvyšování investiční schopnosti obyvatel.

### **Počet podniků podle právní formy**

**Tabulka 2-3**

<b>Právní forma</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
Soukromí podnikatelé nezapsaní v OR	1604214	1686815	1751123	1750443	1763257	1779004	1800144	1827517
Soukromí podnikatelé zapsaní v OR	20231	21389	20822	20017	17889	17332	17 264	17 499
Akciové společnosti	14845	15260	15903	16351	17031	18093	20 455	22 700
Družstva	11536	12085	13078	13283	13839	14391	14 887	15 338
Státní podniky	1054	995	899	828	746	668	602	526
Ostatní	199792	487201	216301	225415	239626	252791	269763	288609
<b>Celkem</b>	<b>1851672</b>	<b>2223745</b>	<b>2018126</b>	<b>2026337</b>	<b>2052388</b>	<b>2082279</b>	<b>2123115</b>	<b>2172189</b>

Zdroj: [www.czso.cz](http://www.czso.cz)

U všech právních forem, mimo státní podniky, je patrný roční nárůst. Je to dáno například tím, že se zlepšují a zjednodušují podmínky pro podnikání (zavedení Centrálních registračních míst a jednotného registračního formuláře). Naopak státních podniků ubývá, protože se od počátku 90. let privatizují. Cílem privatizace bylo vytvoření plně liberalizovaného tržního prostředí a změny vztahů. Do privatizace tak bylo zařazeno celkem 1720 subjektů, z toho 1473 státních podniků, 239 akciových společností a 8 příspěvkových organizací. Nebo je důvod také ten, že stát nemusí spravovat velké podniky a investovat do

provozu státní prostředky a správu přenechá jinému právnímu subjektu, který převezme kompletní zodpovědnost za provoz závodu či jiné instituce.

### 2.3.2. Ekonomické prostředí

#### HDP

HDP (hrubý domácí produkt) představuje peněžní vyjádření celkové hodnoty statků a služeb nově vytvořených v určitém období na určitém místě. Používá se pro určování výkonnosti ekonomiky států. Je udáván v peněžních jednotkách za určité časové období.

Tabulka 2-4

HDP	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
v mld. Kč	2 189,20	2 352,20	2 464,40	2 577,10	2 814,80	2 983,90	3 215,60	3 530,20	3 705,7

Zdroj: [www.czso.cz](http://www.czso.cz)

V polovině roku 2007 se česká ekonomika dostala do sestupné fáze hospodářského cyklu, což má za následek pokračující zpomalování růstu HDP. V roce 2008 zasáhla svět finanční krize, která vyvolala pokles poptávky po zboží a službách. Česká ekonomika je orientovaná převážně na export a tento pokles poptávky způsobuje nemalé problémy s odbytem.

Údaj HDP za 1. čtvrtletí 2009 bude zveřejněn na ČSÚ 15. května 2009.

#### Míra nezaměstnanosti

Podle ČSÚ míra nezaměstnanosti vyjadřuje podíl počtu nezaměstnaných osob na celkové pracovní síle (v procentech), kde číselník i jmenovatel jsou ukazatele konstruované podle mezinárodních definic a doporučení aplikovaných ve VŠPS (Výběrové šetření pracovních sil). [35]

Tabulka 2-5

Obecná míra nezaměstnanosti v %	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	únor 2009
	8,8	8,1	7,3	7,8	8,3	7,9	7,1	5,3	4,4	7,4

Zdroj: [www.czso.cz](http://www.czso.cz)

K 31. 12. 2008 evidovaly úřady práce celkem 352 250 osob a celkem 91 189 volných pracovních míst, což znamená, že na jedno pracovní místo připadají v průměru 4 uchazeči (zaokrouhleno na celá čísla). K 31. 1. 2009 evidovaly úřady práce celkem 398 061 osob, což je o 45 811 osob více než ke konci předchozího měsíce a dále evidovaly celkem 68 494 volných pracovních míst. Na jedno volné pracovní místo tedy připadalo v průměru

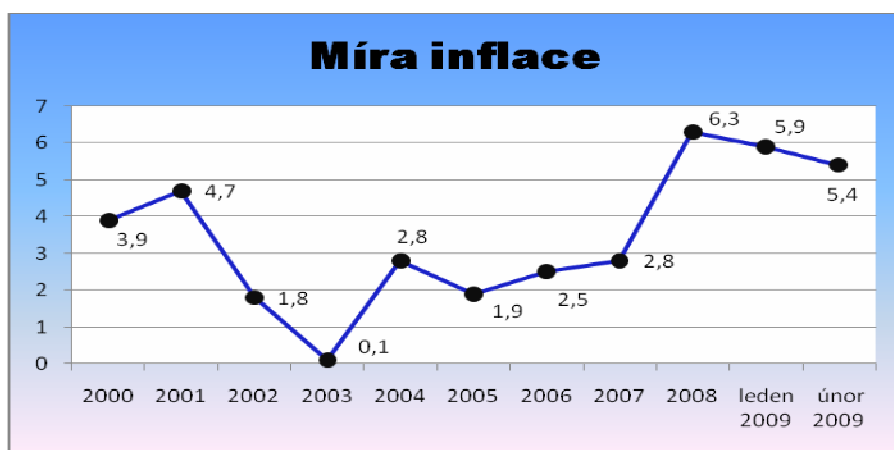
6 uchazečů (zaokrouhлено na celá čísla). Míra nezaměstnanosti tedy roste. Je to způsobeno pravděpodobně tím, že pokles poptávky v důsledku finanční krize zapříčinil menší odbyt zboží a služeb do zahraničí a společnosti byly nuceny propustit některé své zaměstnance.<sup>3</sup>

### Míra inflace

Inflace znamená růst cenové hladiny spotřebního koše. Spotřební koš obsahuje takové výrobky a služby (celkem asi 750), které se významně podílejí na výdajích obyvatelstva a svým rozsahem pokrývají celou oblast spotřeby. Tyto výrobky a služby jsou rozděleny do oddílů, z nichž každému je přiřazena váha.

Míra inflace je měřena pomocí procentních přírůstků indexů spotřebitelských cen.

Graf 2-1



Zdroj: [www.czso.cz](http://www.czso.cz)

Vývoj míry inflace je vyjádřen jako přírůstek průměrného ročního indexu spotřebitelských cen v procentech. Vysoký nárůst míry inflace v roce 2008 byl způsoben především nárůstem cen regulovaného nájemného, cen energií a přijatými reformními opatřeními vlády (zvýšení snížené sazby DPH na 9 %, zavedení ekologických daní, zvýšení spotřebních daní u tabáku a cigaret, zavedení regulačních poplatků ve zdravotnictví) a v počátečních měsících také růstem cen potravin. Mírné poklesy na začátku roku byly způsobeny poklesem cen pohonných hmot, potravin a automobilů.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> <http://portal.mpsv.cz>

<sup>4</sup> [www.czso.cz](http://www.czso.cz)

## Kurz CZK/EUR a CZK/USD

Tabulka 2-6

Kurz/rok	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
kurz CZK/EUR	35,61	34,083	30,812	31,844	31,904	29,784	28,343	27,762
kurz CZK/USD	38,59	38,038	32,736	28,227	25,701	23,947	22,609	20,308

Zdroj: [www.cnb.cz](http://www.cnb.cz)

Tabulka 2-7

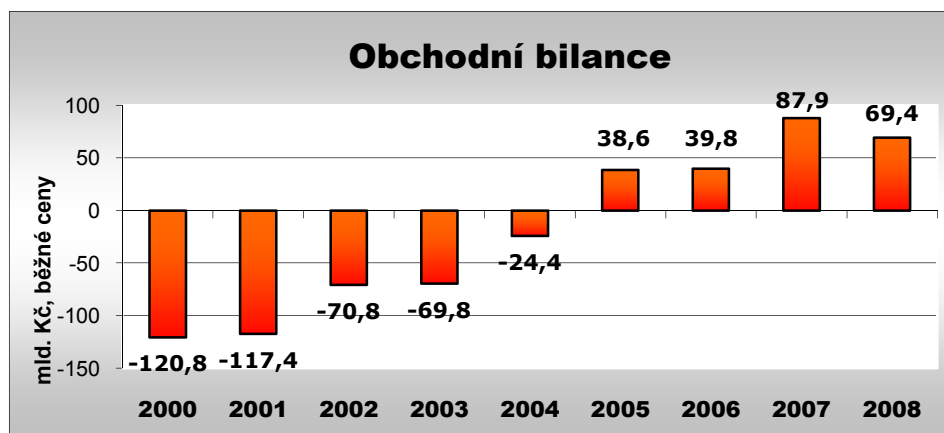
	1.čtvrtletí 2008	2.čtvrtletí 2008	3.čtvrtletí 2008	4.čtvrtletí 2008	leden 2009	únor 2009	březen 2009
kurz CZK/EUR	25,562	24,826	24,092	25,342	27,169	22,798	27,229
kurz CZK/USD	17,077	15,887	16,046	19,245	20,535	22,261	20,886

Zdroj: [www.cnb.cz](http://www.cnb.cz)

Česká koruna začala od roku 2002 výrazně posilovat. Lze také říci, že začal výrazně oslabovat americký dolar. V roce 2000 došlo v USA k pádu technologických akcií. Investoři předpokládali rozvoj internetu a investovali do rozvoje internetových sítí a serverů velký objem peněz. Vybudované sítě však nebyly využívány, bylo nutné je odepsat. Řada investorů pak přišla o peníze a to mělo za následek bankrot některých firem, propouštění zaměstnanců, omezení investic do internetu a jejich odliv do zahraničí. Tato krize zapříčinila postupné oslabování dolaru, FED (centrální banka) navíc snížila výrazně úrokovou sazbu a vědomě dolar oslabovala, aby mohl růst export. V roce 2008 musel FED opět výrazně snížit úrokovou sazbu, a kurz byl 14,46 CZK/USD. Silná koruna způsobovala problémy s exportem a ČNB byla nucena taktéž snížit úrokové sazby a korunu devalvovat. Kurzy měn kromě úrokové míry ovlivňuje i obchodní bilance státu. [19]

## Obchodní bilance

Graf 2-2



Zdroj: [www.czso.cz](http://www.czso.cz)

Od roku 2003 začal razantně narůstat vývoz strojů a dopravních prostředků a výsledkem je kladné saldo od roku 2004, které do roku 2007 dále rostlo. V roce 2008 začal dovoz klesat. Bylo to způsobeno převážně poklesem průmyslové produkce téměř všech odvětví zpracovatelského průmyslu (nejvíce automobilový průmysl). Dále v důsledku finanční krize došlo k oslabení poptávky ze zahraničí a z toho plynoucí meziroční pokles HDP. Vyšší dovoz byl zaznamenán převážně u nepoživatelných surovin a minerálních paliv, nejvíce u ropy, ropných výrobků a příbuzných materiálů. [34]

K 31. 1. 2009 činila obchodní bilance 3 461 373 000 Kč (zaokrouhleno na celé tisíce).

### **2.3.3. Legislativní prostředí**

Banky jsou regulovány především těmito zákony:

- Zákon č.21/1992 Sb., o bankách,
- Zákon č.6/1993 Sb., o České národní bance,
- Zákon č.513/1991 Sb., obchodní zákoník,
- Zákon č.40/1964 Sb., občanský zákoník,
- Zákon č.219/1995 Sb., devizový zákon,
- Zákon č.96/1993 Sb., o stavebním spoření a státní podpoře stavebního spoření,
- Zákon č.87/1995 Sb., o spořitelnách a úvěrových družstvech,
- Zákon č.190/2004 Sb., o dluhopisech,
- Zákon č.321/2001 Sb., o některých podmínkách sjednávání spotřebitelského úvěru,
- Zákon č.124/2002 Sb., o převodech peněžních prostředků, elektronických platebních prostředcích a platebních systémech,
- Zákon č.256/2004 Sb., o podnikání na kapitálovém trhu,
- Zákon č.229/2002 Sb., o finančním arbitrovi,
- Zákon č. 182/2006 Sb., o úpadku a způsobech jeho řešení (insolvenční zákon).[10]

Banky dále musí dodržovat vyhlášky vydané ČNB. Jedná se o Vyhlášku č. 139 ze dne 31. května 2007, kterou se upravují podklady prokazující důvěryhodnost a zkušenost osob ve vedení finanční holdingové osoby, Vyhlášku České národní banky č. 90/2006 Sb., ze dne 21. února 2006, kterou se stanoví náležitosti žádostí, oznámení a minimální výše finančních zdrojů poskytnutých pobočce zahraniční bankou (náleží k ní ještě 5 příloh), Vyhlášku č. 247/2007 Sb., kterou se stanoví některé požadavky na řídicí a kontrolní systém bank a spořitelních a úvěrních družstev, Vyhlášku č. 123/2007 Sb., o pravidlech obezřetného podnikání bank, spořitelních a úvěrních družstev a obchodníků s cennými papíry, Vyhlášku České národní banky č. 164/2002 Sb. ze dne 10. dubna 2002, o podmínkách přístupu k informacím v informační databázi České národní banky - Centrální registr úvěrů. [28]

ČNB také vydává opatření a sdělení, např. Opatření České národní banky č. 2 ze dne 28. listopadu 2008 o předkládání výkazů bankami a pobočkami zahraničních bank České národní bance, Opatření České národní banky č. 5 ze dne 11. června 2004, kterým se stanoví obsah, způsob vedení a náležitosti evidence krytí hypotečních zástavních listů v oběhu a Opatření České národní banky č. 5 ze dne 1. srpna 2002, kterým se stanoví metodika předkládání vybraných údajů pro centrální registr úvěrů bankami a pobočkami zahraničních bank České národní bance.

#### **2.3.4. Technologické prostředí**

Nové technologie vytvářejí obvykle dlouhodobé důsledky, které nemusí být předvídatelné. Je dobré držet krok s technologickým vývojem, protože se může stát, že o zastaralé technologie přestane být zájem. V oblasti bankovníctví dochází k neustálým inovacím především o oblasti elektronického bankovníctví a bezpečnostních systémů.

Elektronické bankovníctví (přímé bankovníctví) je součástí balíčků služeb bank. Mezi využívané služby elektronického bankovníctví patří Internet banking, Telebanking, GSM banking, WAP banking, a Home banking (viz příloha č. 7). [24]

Bankovní sektor se stále více stává závislý na informačních systémech a technologiích. Neustále roste počet klientů, kteří využívají možnosti elektronického bankovníctví, což znamená, že v tomto prostředí se nachází stále více peněžních prostředků. Banky proto zvyšují investice do síťových bezpečnostních prvků, jako jsou firewally, šifrování dat a IDS (systém prevence útoků). Častým terčem zlodějů jsou i bankomaty, kde banky instalují rovněž různé bezpečnostní prvky a systémy. Může se jednat o plastové kryty vstupu pro platební karty, které zabraňují instalacím nelegálních zařízení, instalaci kamer. V Číně je plánu



zavedení systému rozpoznávání obličeje (oskenování tváře). Skenovaná tvář bude ihned porovnávána s databází hledaných nebo podezřelých osob. Dále jsou zdokonalovány elektronické bezpečnostní systémy, jako jsou čidla, nástražné systémy, elektronické pojistky a laserová zařízení. Ochrana je však velice specifická pro každou banku a zabezpečení je tak přísně střeženým tajemstvím. [21]

### 2.3.5. Sociálně kulturní prostředí

Vlivy tohoto prostředí ovlivňují spotřební a nákupní chování, především poptávku, postoje k výrobkům, reklamě a firmě. V České republice se stále více docenuje význam vzdělání. Roste-li vzdělanost, znamená to i rostoucí úroveň příjmů a tím i rostoucí investiční schopnost. [5]

Tabulka 2-8

Vzdělanostní struktura	1950	1961	1970	1980	1991	2001
nezjištěno	62 802	28 707	59 942	49 794	85 459	113 127
bez vzdělání	21 673	24 478	22 226	20 061	27 778	37 932
základní	5 606 019	5 743 688	4 086 749	3 511 734	2 696 065	1 975 109
odborné bez maturity	660 949	546 852	2 225 013	2 556 344	2 878 645	3 255 400
odborné s maturitou	344 627	642 825	1 043 936	1 348 453	1 866 983	2 431 171
vysokoškolské	61 687	156 412	263 127	393 524	582 849	762 459

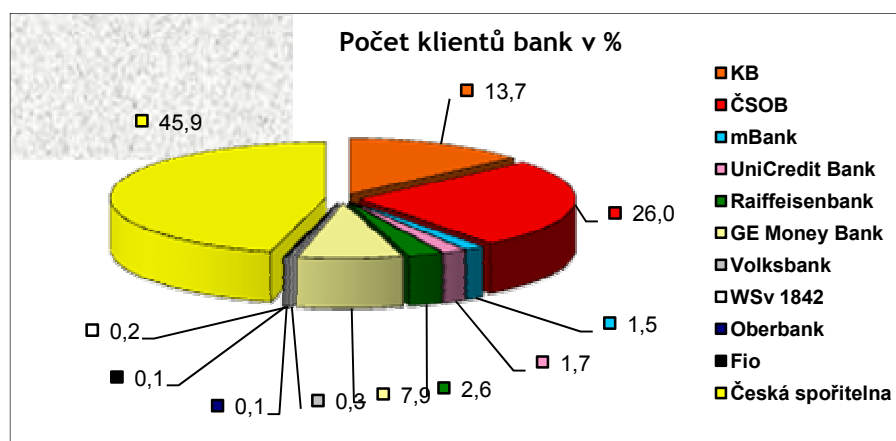
Zdroj: [www.czso.cz](http://www.czso.cz) – sčítání lidu 2001

V důsledku technologického rozvoje, globalizace trhů a konzumního způsobu života dochází k novým trendům i v bankovním sektoru. Zatímco dříve společnost spořila, nyní se žije na dluh. Neustále roste i počet majitelů bankovních účtů a z toho plyne i rostoucí využití služeb přímého bankovníctví. [17]

## 2.4. Charakteristika vybraných bank a jejich účtů pro podnikatele

Zvolené banky jsem vybírala především podle počtu jejich klientů. Lze říci, že banky s malým počtem klientů mívají pobočky jen na málo místech, převážně ve větších městech (Praha, Brno, Olomouc, Ostrava atd.), podnikatelé se o nich ani nedozví. Příkladem může být Oberbank AG, která má po celé ČR jen 14 poboček a podnikatelské klientele je tak těžko přístupná (ne vždy podnikatelům vystačí přímé bankovníctví).

Graf 2-3



Z grafu lze tedy vyčíst, že vybraných 9 bank má nejvyšší počty klientů a proto jsou vybrány pro analýzu podnikatelských účtů. Výjimkou je pouze Citibank, která počty klientů ve svých zprávách neuvádí, stejně jako LBBW Bank.

Jednotlivé podnikatelské účty pro malé a střední podnikatele těchto bank byly vybírány podle toho, komu jsou určeny a jaké obsahují další služby, tak aby od všech bank byly tyto účty přibližně na stejné úrovni. Viz příloha č. 5, tabulka č. 1.

Charakteristiky jednotlivých bank jsou uvedeny v příloze č. 1.

### 3. Teoretická východiska

#### 3.1. *Finanční trh*

Finanční trh je soustava finančních nástrojů, institucí a vztahů mezi nimi, která uvádí do pohybu volné peněžní prostředky a zároveň je přerozděluje mezi ekonomické subjekty. Děje se to na základě nabídky a poptávky po penězích. Finanční trh taktéž vytváří hodnotu peněz a dochází na něm k transformaci úspor do investic.

Finanční trhy můžeme členit z několika hledisek, v jednotlivých knihách a publikacích se však tato členění liší. Většina autorů se však shoduje například na členění trhů z hlediska účelu finančního trhu. **Podle účelu** členíme finanční trh na:

- peněžní trh – na tomto trhu se obchoduje s krátkodobými úvěry a krátkodobými cennými papíry,
- kapitálový trh – na tomto trhu se obchoduje se střednědobými a dlouhodobými úvěry a cennými papíry,
- devizový trh – tento trh zabezpečuje obchod s devizovými prostředky, čili s cizí měnou, mohou to být valuty (peníze v hotovosti), nebo devizy (peníze na účtech),
- komoditní trh – tyto trhy patří k nejstarším na světě a jedná se například o trhy ropy, průmyslových kovů, zlata a stříbra, kávy apod.

Dále můžeme členit finanční trh **podle jeho nástrojů** na:

- trh depozit,
- trh úvěrů,
- trh cenných papírů.

Členit finanční trhy lze také podle toho, jak se na něm obchoduje s kterými cennými papíry. Z tohoto hlediska finanční trh může být:

- primární – na tomto trhu se obchoduje pouze s nově vydanými akciemi,
- sekundární – na tomto trhu se obchoduje s různými dříve emitovanými cennými papíry.

### 3.2. Trh organizací – B2B trh

Trh představuje místo, kde dochází ke směně statků, kde se setkává prodávající s kupujícím a kde se střetává nabídka s poptávkou. Jako kupující a prodávající mohou na trhu vystupovat domácnosti (spotřebitelé), firmy a stát (ve formě státních podniků). Podle toho, od kterého subjektu vychází iniciativa pro určitou cílovou skupinu, se rozlišují 4 druhy trhu (viz tabulka č. 3-1). [4]

Tabulka 3-1

	Cílovou skupinou jsou spotřebitelé	Cílovou skupinou jsou firmy
Iniciativa vychází od firmy	<b>B2C</b>	<b>B2B</b>
Iniciativa vychází od spotřebitele	<b>C2C</b>	<b>C2B</b>

Zdroj: [4]

Z hlediska tohoto rozdělení se v mé bakalářské práci pohybuji na trhu B2B, ostatními se proto dále zabývat nebudu.

Zkratka B2B pochází z anglického business-to-business neboli obchodník-obchodník. Jedná se tedy o obchodování mezi firmami navzájem. B2B trhy mohou být zemědělství, lesnictví a rybářství, zpracovatelský průmysl, stavebnictví, doprava a spoje, bankovníctví, finance a pojišťovny, služby.

B2B trh vykazuje jistá specifika oproti trhu B2C, kde existují obchodní vztahy pouze mezi firmami a konečnými spotřebiteli.

**Počet zákazníků.** Firma, která obchoduje s dalšími firmami, má mnohem méně zákazníků než firma, která prodává statky konečným spotřebitelům. [11]

**Velikost objednávky.** Vyskytuje se méně objednávek než na trhu spotřebitelském, ale tyto mají výrazně vyšší hodnotu než objednávka jedince. [11]

**Užší dodavatelsko-odběratelské vztahy.** Zpravidla se jedná o vztahy dlouhodobé a bývají často smluvně podložené. Kdežto na B2C trhu se obvykle jedná o vztah jednorázový, který není potřeba ničím podložit. Dodavatelé mohou být neustále nuceni přizpůsobovat svou nabídku potřebám každé firmy – odběratele, protože její ztráta může mít podstatný dopad na výši tržeb. [11]

**Rozhodovací proces o nákupu.** Je nutné se přizpůsobit požadavkům několika účastníků kupního procesu. Tito mívají různé pravomoci a uplatňují rozdílná kritéria při rozhodování. Nákupčí tak musí přihlížet ke kupní politice a potřeby své organizace. [11]

Dalšími specifiky jsou rozdílné délky distribučních kanálů (je dáována přednost přímé distribuci), rozdílný časový horizont splnění zakázky, závislost, nepružnost a kolísavost poptávky, specializace služeb.

### **3.3. Služby na B2B trhu**

Služby vyskytující se na B2B trhu lze rozdělit na primární služby a na služby doplňkové. Primárními službami jsou služby, o které má zákazník primární zájem. Jedná se např. o finanční služby (bankovníctví), účetní služby, bezpečnostní služby, dopravu, právní služby apod. Doplňkové služby jsou pak ty, které pouze doplňují prodej fyzického výrobku, např. instalace, údržba, servis. [11]

Služby na B2B trhu se vyznačují několika specifickými rysy:

**Specializace** – Služby na B2B trhu jsou zákaznický orientovanější. Uspokojují určitou individuální potřebu každého zákazníka. [11]

**Heterogennost** – Heterogennost, nebo také variabilita služeb, zejména souvisí se standardem kvality služeb. [12]

Zákazník získává při poskytování stejné služby vždy jiné zkušenosti. Příčinou může být rozdílná kvalita této služby, která závisí především na personálu. Heterogennost služby může být i vyhledávána, pokud zákazník požaduje služby šité na míru. [11]

**Nehmatatelnost** – Služba se nevyskytuje ve fyzické podobě a službu proto zákazník nemůže vlastnit. Marketér by se měl snažit o její zhmotnění prostřednictvím komunikace, např. představením pracovníků, kteří služby budou poskytovat, je nutné zdůrazňovat užitné hodnoty služby podložené důkazy. [11]

**Pomíjivost** – Tato vlastnost poukazuje na nemožnost vykonávání služeb dopředu a jejich skladování. Pokud tedy poptávka převyšuje kapacitu k poskytnutí služeb, zůstanou někteří zákazníci neuspokojeni a je tak nutné kapacitu této poptávce přizpůsobit, např. přijetím dalších pracovníků. [11]

**Neoddělitelnost** – Od služeb, které nemohou být mechanizovány a automatizovány, nelze oddělit jejího poskytovatele. Služba je poskytována a ihned užívána, vnímání služby zákazníkem tak závisí na její kvalitě a způsobu jejího poskytnutí (pracovník u přepážky banky). Poskytovatel služby by proto měl věnovat pozornost školení a motivaci pracovníků. [11]

**Technologie** – Vyrábějí se stále komplikovanější výrobky a poskytovatelé služeb využívají dokonalejší technologie pro provoz služeb (elektronické bankovníctví). Použitá technologie tak ovlivňuje schopnost přizpůsobení služby individuální potřebě zákazníka a heterogennost služby. [11]

### **3.4. Bankovní systém**

Bankovní systém vychází z historického vývoje dané země. Je to souhrn bank, které působí v určitém teritoriu, jejich vzájemné vazby a vazby s okolím. [1]

Bankovní systémy se dělí buď podle toho, zda v něm existuje centrální banka (jednostupňový či dvoustupňový), nebo podle rozsahu oprávnění jednotlivých bank k provádění bankovních obchodů (univerzální nebo oddělený). [1]

Ve většině zemí funguje dvoustupňový bankovní systém, který odděluje centrální a obchodní bankovníctví. Po roce 1990 byl v České republice nahrazen právě jednostupňový bankovní systém dvoustupňovým, který je charakteristický pro tržní hospodářství. Centrální banka řídí nepřímo banky ostatní, má výhradní právo emitovat bankovky a mince a neposkytuje úvěry podnikatelskému sektoru. Obchodní banky v tomto systému podnikají za účelem zisku. [8]

### **3.5. ČNB a její funkce**

Podle zákona č.6/1993 Sb., o ČNB, ve znění pozdějších předpisů, je hlavním cílem její činnosti udržovat cenovou stabilitu, a to jak o vnitřní (vyjadřována mírou inflace), tak vnější (vývoj měnového kurzu k ostatním měnám). Ústředí ČNB se sídlem v Praze má sedm regionálních poboček, které jsou v Brně, Ústí nad Labem, Plzni, Českých Budějovicích, Hradci Králové a Ostravě. [27]

Funkcemi ČNB tedy jsou: emise hotovostních peněz (bankovky a mince), banka pro ostatní banky, provádění měnové politiky, banka státu, bankovní regulace a dohled, statistická činnost, zastupování státu v mezinárodních finančních institucích. [10]

### **3.6. Charakteristika obchodní banky**

Pokud někdo mluví o bance, má na mysli převážně banku obchodní, která slouží tržním subjektům. Existují však i banky specializované, např. hypoteční, rozvojové, garanční a také banky centrální. Pod „banky“ lze zařadit i spořitelny, avšak ty nemají status ani licenci banky univerzální.

Obchodní banky mají dvě základní funkce: prostřednictvím úvěrové politiky poskytují tržním subjektům úvěrové prostředky a zprostředkovávají platební styk. V tržní ekonomice jsou obchodní banky součástí bankovního systému a řízeny bankou centrální (viz 3.4 ČNB a její funkce).

Univerzální obchodní banky podle paní Marvanové a pana Houdy provádějí několik základních aktivit: vedou účty a termínované vklady v domácí i cizí měně, poskytují různé druhy úvěrů, provádějí tuzemský a zahraniční platební styk, přijímají a vystavují všechny druhy platebních a zajišťovacích nástrojů, provádějí financování prostřednictvím odkupu různých druhů pohledávek svých klientů, zajišťují pro své klienty emise a obchodování s cennými papíry, provádějí operace na finančních trzích, a nakonec provádějí směnářské a přepážkové operace pro stálé i příležitostné klienty.

Vedle toho banky vydávají různá prohlášení, potvrzení, přísliby, přijímají dokumenty a hodnoty do úschovy, ověřují podpisy. [6]

### **3.7. Bankovní produkty**

#### **3.7.1. Základní rysy bankovních produktů**

Bankovní produkty se vyznačují třemi základními rysy:

- nemateriální povahou,
- dualismem,
- vzájemnou propojeností a podmíněností.

Nemateriální povaha znamená, že bankovní produkty nelze skladovat. Banka však musí pružně reagovat na poptávky svých klientů a udržovat tak potřebné množství prostředků, což se projeví velmi vysokými fixními náklady. Bankovní produkty nelze „vidět“, proto je pro banku nutností kvalitní reklama a poradenská činnost, aby mohla své produkty představit a

poukázat na jejich využití. Bankovní produkty taktéž nelze patentovat, nejsou nijak chráněny. Konkurenční banky tak mohou produkty rychle napodobit. [1]

Podstatou dualismu je spojení hodnotové a věcné stránky produktu. Hodnotová stránka představuje finanční objem a lze ji měřit v peněžních jednotkách. Věcnou stránkou se rozumí výsledek působení personálních, technických a materiálních faktorů. Věcnou stránku vyjadřujeme např. pomocí počtu jednotlivých produktů. [1]

Třetí rys vyplývá z podstaty některých produktů, kdy jeden bez druhého nemůže fungovat a některé produkty jsou propojeny vědomě za účelem zlepšení služeb klientům. Tento rys je důležitý zejména proto, že ho banka může využít při stanovení cen produktů a při volbě struktury nabízených produktů. [1]

### **3.7.2. Členění bankovních produktů**

Bankovní produkty (služby) se člení, podle pana Dvořáka, ze tří hledisek: podle odrazu v bilanci, podle účelu použití a podle klientského segmentu.

Produkty podle odrazu v bilanci se dělí na aktivní, pasivní a neutrální. U aktivních bankovních obchodů vystupuje banka v roli věřitele. U pasivních bankovních obchodů je naopak banka v roli dlužníka, do pasivních obchodů bývají zařazeny i operace s vlastním kapitálem banky. Neutrální bankovní obchody se v rozvaze banky neprojevují, například zprostředkování platebního styku nebo realizace emise cenných papírů. [1]

Bankovní produkty se mohou dělit i podle funkčního hlediska a to na platebně zúčtovací služby, depozitní služby a finančně úvěrové služby.

#### **Platebně zúčtovací služby**

Zprostředkování platebního styku patří k nejvýznamnějším úkolům bank. Je prováděn hotovostní nebo bezhotovostní formou, která v dnešní době u podnikatelů převažuje. Právě u bezhotovostního platebního styku má možnost klient využít několik platebních produktů, kam patří příkaz k úhradě, příkaz k inkasu, šek, dokumentární akreditiv a platební karta.

**Příkaz k úhradě** vystaví majitel účtu, pokud chce připsat platbu na účet příjemce. Existují tři typy: jednorázové, kdy banka příjemci převede jedinou platbu, trvalé, které slouží k opakovaným platbám ve stejné výši, a nakonec hromadné, které slouží k několika platbám z jednoho účtu na účty různé. Příkaz k úhradě musí obsahovat několik základních náležitostí: bankovní spojení plátce a příjemce (číslo účtu, identifikační kód banky), částku převodu



v dané měně, podpis (podle podpisového vzoru nebo podpis elektronický). Další náležitosti, které nejsou nutné, může být den splatnosti, variabilní a specifický symbol, datum vystavení příkazu. [32]

**Příkaz k inkasu** znamená, že příkaz k převodu peněz dává příjemce. Všechny náležitosti jsou shodné s příkazem k úhradě.

**Šek** je listinný krátkodobý cenný papír, který slouží k hotovostním výběrům a bezhotovostním převodům. Je upraven směněčným a šekovým zákonem. Musí obsahovat označení, že se jedná o šek, text, který jasně formuluje bezpodmínečný příkaz k zaplacení určité částky, označení šekovníka (banka, ze které budou peníze vyplaceny), platební místo, (zpravidla sídlo banky), datum a místo vystavení šeku, podpis výstavce šeku. [10]

**Dokumentární akreditiv** je nejčastěji používaný platební produkt v zahraničním obchodě. V jeho rámci se banka na základě žádosti klienta zavazuje zaplatit částku příjemci akreditivu, pokud tento předloží požadované dokumenty (dopravní dokumenty, obchodní dokumenty, pojistné dokumenty a finanční dokumenty). Dokumentární akreditiv má tento průběh: vývozce (prodávající) a dovozce (kupující) uzavřou kupní smlouvu. Dovozece požádá svou banku o dokumentární akreditiv, vývozce pak odešle zboží dovozci a požadované dokumenty odešle bance dovozce. Pokud jsou v pořádku, předá je banka dovozci a z jeho účtu proplatí vývozci stanovenou částku. Podobně funguje dokumentární inkaso, kdy však vývozce dává příkaz své bance, aby přijala danou částku od dovozce. Pokud dovozce zaplatí, budou mu předány požadované dokumenty a zboží. [30]

**Platební karta** je plastická karta obsahující čip, magnetický proužek nebo laserový záznam, kde jsou uvedeny všechny potřebné údaje, aby mohla proběhnout platba nebo výběr. Tvar a materiál, z něhož je karta vyrobena, podléhá mezinárodním normám. Karta musí obsahovat údaje o vydávající instituci, číslo, dobu platnosti, jméno držitele, podpis držitele, případně fotografii. Existují dále karty embosované s reliéfním písmem. Lze s nimi platit v prodejnách, kde nemají elektronický terminál. Mnoho klientů využívá nejčastěji karty debetní, kdy lze platit nebo vybírat prostředky jen tehdy, pokud se na účtu nachází těchto prostředků potřebné množství, dále kreditní, které umožňují čerpat revolvingový úvěr, a nakonec charge karty, které fungují na podobném principu jako karty úvěrové, ale je nutné k určitému datu zúčtování splatit jednorázově celou dlužnou částku. [25]

Počet vydaných platebních karet každým rokem stoupá, v roce 2007 bylo evidováno celkem 8 623 124 karet, z toho 6 974 147 karet debetních a 1 212 401 karet kreditních. [31]

### **Depozitní služby**

Depozitní služby úzce souvisí s běžným účtem klienta. Banka se příjmem vkladu klienta dostává do pozice dlužníka, klient je jejím věřitelem. Jedná se především o přijímání vkladů, které představují jeden z hlavních zdrojů volných finančních prostředků bank. Vklady mohou být na viděnou, termínované nebo úsporné. [10]

Dalším zdrojem volných finančních prostředků je emise bankovních dluhopisů v nejrůznější formě a zástavních listů.

### **Finančně úvěrové služby**

Podnikateli hojně využívanou bankovní službou jsou bankovní úvěry, které lze podle doby splatnosti dělit na krátkodobé, střednědobé a dlouhodobé.

#### **Krátkodobé úvěry:**

- kontokorentní úvěr (viz běžné účty),
- eskontní úvěr (odkoupení směnky před dobou splatnosti),
- lombardní úvěr (úvěr jištěný zástavou movité věci),
- revolvingový úvěr (banka umožňuje klientovi opakované čerpání úvěru, avšak předchozí musí být splacen),
- akceptační úvěr (banka akceptuje cizí směnku, kterou vystavil dlužník a stává se tak dlužníkem).

#### **Střednědobé a dlouhodobé úvěry:**

- hypoteční úvěr (jištěný zástavou nemovité věci),
- emisní úvěr (odkup dlouhodobých cenných papírů, především obligací).

Pro podnikatele je spíše důležité, na jaké jejich potřeby jim banky úvěr poskytnou. Téměř každá banka nabízí úvěry provozní, investiční a překlenovací. **Provozní úvěry** jsou podnikateli běžně využívány. Jedná se o úvěry na financování provozních potřeb, tedy

pohledávek, zásob a dalších nákladů spojených s podnikatelskou činností. Může se jednat o úvěry revolvingové, kontokorentní. Investiční úvěry slouží k nákupu hmotného i nehmotného dlouhodobého majetku. **Překlenovací úvěry** pak klientům banky poskytují, pokud klient zažádá o dotaci z fondů EU. Úvěrem podnikatel financuje svůj projekt a po jeho realizaci požádá o vyplacení dotace (až 75 % uznatelných nákladů na investici). Pokud je dotace vyplacena, překlenovací úvěr se tímto splatí. [16]

Banky poskytují i úvěr na krátkodobé překlenutí nedostatku finančních prostředků, který se čerpá obvykle jednorázově.

Podnikatel, v případě, že chce, aby mu banka poskytla úvěr, musí s ní uzavřít úvěrovou smlouvu. Úvěrová smlouva musí mít písemnou podobu a měla by obsahovat tyto náležitosti: název a sídlo právnické osoby, (jméno a adresu fyzické osoby), název banky, účel úvěru, výši úvěru, výši úrokové sazby, způsob čerpání úvěru, termíny a částky splátek úvěru a úroků, splatnost úvěru, způsob zajištění úvěru, práva a povinnosti klienta a banky, datum uzavření smlouvy, podpis klienta. [33]

Banky neposkytují svým klientům na financování jen úvěry, ale i speciální formy financování, například faktoring, forfaiting, směnky a v neposlední řadě leasing a bankovní záruky.

### **Běžný účet**

Nejdůležitější a nejvyužívanější bankovní službou je **běžný účet**, který často stojí na počátku vztahu mezi bankou a jejím klientem. Patří do všech tří skupin bankovních produktů podle funkčního hlediska.

Umožňuje tedy klientovi realizovat platební styk. Na běžný účet pak může libovolně vkládat, převádět a vybírat peníze. Většina bank klientům umožňuje zřídit trvalé příkazy k úhradě pravidelných plateb nebo inkaso. Na běžném účtu se předpokládá, že bude vykazovat kreditní zůstatek. Pokud se klient dostane do zůstatku debetního, banka to vyhodnotí jako čerpání nesjednaného úvěru a je nutné zaplatit sankční úrokovou sazbu, která se pohybuje i kolem 30 %. Pokud má však klient na účtu vysokou intenzitu obrátů, může si sjednat účet kontokorentní, který mu umožňuje vykazovat debetní zůstatek ve sjednané výši. Kontokorentní účty jsou ale pro banku nákladné, protože musí klientovi poskytnout dostatek finančních prostředků, které klient ale nemusí využít. Tyto náklady banka kompenzuje vyšší úrokovou sazbou. [10]

Aby si klient mohl běžný účet zřídit, je nutné s bankou sepsat smlouvu, která musí být písemná a musí obsahovat u OSVČ obchodní firmu, místo podnikání a IČO a u právnické osoby obchodní firmu, sídlo majitele a také IČO. Dalšími náležitostmi je uvedení druhu účtu (zda je korunový nebo devizový), výše úrokové sazby, kde bývá kvůli neustálým změnám odkaz na platný sazebník banky, jak často bude úrok připsován, jak často a v jaké podobě bude zasílán výpis z účtu, číslo účtu a podpisy obou smluvních stran. Ve smlouvě musí být také uvedeno, kdo má právo disponovat s prostředky na účtu, a tyto osoby se podepíší na podpisovém vzoru. Klient také musí složit minimální vklad předepsaný bankou. [18]

Banky svým klientům spíše poskytují balíčky služeb, kde běžný účet je jejich hlavní součástí. Mezi další služby patří například platební karty, telefonní nebo internetové bankovníctví a povolený debet.

Běžný účet může klient kdykoliv zrušit, výpověď musí mít písemnou formu. Taktéž banka může kdykoliv smlouvu vypovědět avšak s účinností ke konci kalendářního měsíce, který následuje po měsíci, v němž byla výpověď doručena majiteli účtu. Pokud je účet sjednán na dobu určitou, banka může smlouvu vypovědět, jen pokud je to ve smlouvě uvedeno. Další důvody ke zrušení účtu jsou úmrtí klienta - fyzické osoby, nebo likvidace/konkurz právnické osoby. [3]

Se zavedením běžného účtu pak souvisí bankovní poplatky, které jsou přibližně o třetinu vyšší, než například v Německu a o polovinu vyšší než třeba ve Francii. Naopak například španělské banky udávají poplatky ještě o polovinu vyšší, než jsou v ČR. [13]

Banky se však o snižování poplatků ani nesnaží. Spoléhají na to, že právě malí a střední podnikatelé, kteří mají u bank závazky v podobě úvěrů a debetů svoji banku těžko změni a nechají si tudíž mnohé líbit. [15]

## **4. Metodika výzkumu**

### **4.1. Definování problému**

Na českém trhu se neustále objevují nové banky, převážně ze zahraničí (například v roce 2007 vstoupila na trh mBank). Tento trh je velmi dynamický, banky by proto měly neustále své služby zlepšovat, aby si udržely stávající zákazníky a přilákaly nové.

Podnikatelé si nejčastěji zřizují účty na základě výše bankovních poplatků, velmi významný faktor je možnost snadného přístupu k finančním zdrojům (kontokorentní účet, překlenovací úvěr). Zohledňují také poplatky za připsané platby, za výběr z „vlastního bankomatu“ a výši počátečního vkladu. Problémy, které mají podnikatelé s bankami, se liší podle banky, kterou v podnikání využívají. Klienti Komerční banky vyžadují zkvalitnění internetového bankovníctví, které je pomalé a nekompatibilní s internetovým prohlížečem Mozilla Firefox. Klienti GE Money Bank zase mají názor, že personál banky se jim dostatečně nevěnuje. [23]

Hlavním problémem tedy je nespokojenost podnikatelů s bankami a jejich nabídkou služeb a dále nedostatek informací o těchto službách.

### **4.2. Cíl výzkumu**

Cílem výzkumu je analýza bankovních produktů pro malé a střední podnikatele a výběr nejvhodnějšího podnikatelského účtu z vybraných bank. Dílčím cílem je tedy analýza nabídek podnikatelských účtů na trhu a provedení marketingového výzkumu, kterým bude zjištěno, u jakých bank mají podnikatelé nejčastěji založený účet, co je ovlivnilo při výběru banky, jak jsou s bankou spokojeni a jak často využívají některé služby spojené s běžným účtem. Zjištěné výsledky analýzy nabídek a výzkumu by měly pomoci podnikatelům při výběru vhodné banky pro jejich podnikání a mohou být využity i bankami pro zlepšení spokojenosti klientů.

### **4.3. Plán výzkumu**

#### **4.3.1. Typy a zdroje údajů**

Jedná se jak o sekundární, tak o primární údaje. Sekundární údaje byly získávány z internetových stránek, knih, časopisů a letáků, primární údaje byly zjištěny pomocí dotazníkového šetření.

#### 4.3.2. Metoda sběru údajů

Využila jsem metodu osobního a elektronického dotazování. Nástrojem sběru údajů je tedy dotazník.

#### 4.3.3. Způsob sběru údajů

Primární údaje byly získávány v místě, kde je vysoká koncentrace podnikatelů. Jedná se o administrativní budovu AB klimatizace, Brno-Žabovřesky, Magistrát města Brna – Živnostenský úřad. Výzkum zde probíhal v měsíci lednu 2009, kde jsem po domluvě zanechala přibližně 100 dotazníků na vrátnicích zmíněných budov, případně byly respondentům zaslány dotazníky e-mailem, kde jsem ovšem předpokládala nižší návratnost.

#### 4.3.4. Základní soubor

Základním souborem mého výzkumu byly všechny malé a střední společnosti, které mají sídlo na území České Republiky.

#### 4.3.5. Výběrový soubor a technika výběru

Jedná se kvazireprezentativní metodu výběru – metodu vhodného úsudku.

Ze základního souboru byly vybrány společnosti se sídlem na území Moravskoslezského a Jihomoravského kraje, kdy ke dni 31. 12. 2007 bylo registrováno celkem 382 791 podnikatelů soukromých a 58 169 obchodních společností (zdroj [www.czso.cz](http://www.czso.cz)). Z těchto podnikatelů je celkem 190 013 malých a středních (níže v tabulce modrým písmem), které mohu oslovit. Pro výzkum jsem zvolila 100 respondentů.

Tabulka 4-1

Počty zaměstnanců v podnicích/kraje	JMK	MSK
bez zaměstnanců	73 153	55 658
1 – 5	22 201	19 160
6 – 19	7 248	5 753
20 – 24	841	700
25 – 49	1 587	1 233
50 – 99	848	752
100 – 249	495	384
250 – 499	151	106
500 a více	96	115
neuvedeno	162 745	151 787
<b>Celkem</b>	<b>269 365</b>	<b>235 648</b>

Zdroj: [www.czso.cz](http://www.czso.cz)

#### 4.3.6. Dotazník

Dotazník obsahuje celkem 15 otázek, z toho jsou na konci dotazníku dvě otázky identifikační (roztřídění respondentů podle počtu zaměstnanců a oblasti podnikání). 10 otázek je uzavřených, 3 polouzavřené a 1 otevřená. V dotazníku se dále nachází jedna baterie.

#### 4.3.7. Metody analýzy

Metoda vhodného úsudku je metoda statistická. Co se týče technických prostředků, využívala jsem převážně osobní počítač, tužku a papír. Data jsou zpracována v programu SPSS, který je pro marketingové účely vhodnější, než obecnější Microsoft Excel, ve kterém jsou zpracovány pouze některé grafy.

#### 4.3.8. Rozpočet výzkumu

Tabulka 4-2

Položka	Kč
Tisk dotazníků	200,-
Doprava a jízdné	1280,-
Telefon	150,-
Alternativní náklady	4000,-
<b>Celkem</b>	<b>5630,-</b>

Zdroj: vlastní

#### 4.3.9. Harmonogram činností

Tabulka 4-3

Činnosti/měsíc	listopad	prosinec	leden	únor	březen
Zpracování marketingového plánu					
Pilotáž a sběr dat					
Zpracování dat					
Analýza dat					
Formulace návrhů a doporučení					

Zdroj: vlastní

### 4.4. Realizační etapa

#### 4.4.1. Pilotáž

Po sestavení dotazníku byla provedena pilotáž, aby byly zjištěny případné nedostatky dotazníku. Pilotáž byla provedena na několika vybraných respondentech, dále u rodinných příslušníků a známých. Jednalo se celkem o 10 respondentů. Byly zjištěny 2 možnosti lepší formulace otázek a jeden nedostatek. Jednalo se o otázku č. 10 a č. 11, které původně zněly „Využíváte internetové bankovníctví? Pokud ano, jak často?“ a „Využíváte operátora na

telefonu? Pokud ano, jak často?“, v nabídce pak bylo 7 možností. Respondenti navrhli znění otázek takto: „Jak často využíváte internetové bankovníctví?“ a „Jak často využíváte operátora na telefonu?“ s tím, že byla přidána osmá možnost „Vůbec“. Nedostatek pak měla otázka č. 6, kde měli respondenti hodnotit jednotlivé faktory týkající se bank. Nedostatek obsahoval hned první faktor, původně „Vysoké poplatky“, který byl změněn pouze na „Poplatky“.

#### **4.4.2. Sběr údajů**

Sběr údajů probíhal nakonec o měsíc déle, než bylo v plánu. Je to dáno převážně tím, že respondenti nebyli ochotni spolupracovat. Dotazníky zasílané e-mailem měly menší návratnost, než jsem očekávala. Bylo odesláno celkem 200 dotazníků, z nichž jich bylo navraceno pouze 31. Návratnost tedy byla 15,5%. Návratnost dotazníků z administrativní budovy a z Magistrátu města Brna bezproblémově pokryla dotazníky chybějící. Z Magistrátu, kde jich bylo zanecháno 50, jsem získala celkem 44. Návratnost tak činila 88 %. Z budovy AB klimatizace, kde bylo zanecháno také 50 dotazníků, se navrátilo celkem 40, návratnost byla 80 %.

Dále nastaly problémy s již vyplněnými dotazníky. Respondenti je pravděpodobně vyplňovali ve spěchu a nečetli pozorně úvod a některé otázky, dotazník jsem tak nakonec musela vyřadit, protože byl vyplněn špatně. Stalo se také, že respondenti vyplnili pouze část dotazníku, takže i tyto jsem musela vyřadit.

#### **4.4.3. Analýza údajů**

Nashromážděné údaje byly vkládány do aplikace SPSS, v tomto prostředí probíhalo i jejich třídění a vyhodnocování. Některé grafy jsou vytvořeny v prostředí Microsoft Excel.



## 5. Analýza výsledků

### 5.1. Ohodnocení jednotlivých účtů dle sekundárních údajů

Byly vybrány následující ukazatele, podle kterých byly jednotlivé banky hodnoceny: počet poboček a bankomatů, bankovní poplatky za daný účet, elektronické bankovníctví (internetové a GSM) a jeho zabezpečení a nakonec snadný přístup k penězům, čili maximální výši poskytnutého úvěru, povoleného debetu a výši úrokové sazby. Pro nedostatek místa na stránce je bankám přiděleno číslo: 1. Česká spořitelna, 2. KB, 3. ČSOB, 4. GE Money Bank, 5. Raiffeisenbank, 6. UniCredit Bank, 7. Volksbank, 8. Citibank, 9. mBank.

#### Počet poboček a bankomatů

Tabulka 5-1

Banka	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Počet poboček	642	386	365	218	* 103	60	38	14	9
Počet bankomatů	1141	661	769	557	* 183	61	59	127	17

Zdroj: výroční zprávy vybraných bank

\* počet poboček a bankomatů Raiffeisenbank včetně eBanky

#### Měsíční bankovní poplatky za daný účet

Tabulka 5-2

Položka	Počet	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
vedení účtu	1	159	234	115	159	140	279	249	450	0
měsíční výpis poštou	1	25	20	50	0	30	0	0	0	25
příchozí platba z bank	6	30	5	6	0	35,4	0	18	10,5	0
vklad u přepážky	1	8	0	6	0	10	15	10	0	
odchozí platba do své banky – trvalý příkaz k úhradě	2	10	9	12	0	5,8	4	6	0	0
odchozí platba do jiné banky – trvalý příkaz k úhradě	4	28	18	24	0	19,6	20	12	0	12
odchozí platba	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0
výběr z „vlastní“ banky	6	36	25	36	0	39,6	0	18	0	90
výběr z „cizí“ banky	4	100	140	120	140	39,6	120	48	141	120
výběr na přepážce	1	23	25	30	60	60	30	30	90	30
Celkem Kč	x	419	476	399	359	380	486	391	619,5	277

Zdroj: platné sazebníky jednotlivých bank

#### Elektronické bankovníctví

U všech vybraných účtů si může klient zvolit, jakou formu přímého bankovníctví bude využívat. Poplatek je součástí balíčku nebo konta.

**Tabulka 5-3**

Položka	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
příkazy k úhradě	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano
zahraniční platební styk	ano	ano	ano	ne	ano	ano	ano	ano	ne
trvalý příkaz k úhradě	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano
výpisy z účtu	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano
historie transakcí	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano
zůstatek na účtu	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano
termínované vklady	ano	ano	ne	ano	ano	ano	ano	ano	ne
kurzovní lístek	ne	ano	ano	ne	ano	ano	ano	ano	ne

Zdroj: [www.mesec.cz](http://www.mesec.cz)

Všechny vybrané banky nabízejí dostatek služeb internetového bankovníctví, záleží na klientovi, jaké služby konkrétně preferuje. Pouze mBank pro potřeby podnikatelů nemusí mít tyto služby dostačující, protože je poměrně „mladá“ a další služby bude zavádět až během poloviny letošního roku.

**Tabulka 5-4**

Položka	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
přihlašovací jméno/číslo	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano
heslo	ano	ano	ano	ano	ano	*	ano	ano	ano
certifikát	ano	ano	ano	ano	ano	ne	ano	ano	ne
SMS klíč/kód	ne	ano	ano	ano	ano	ne	ne	ne	ano
čipová karta	ano	ano	ano	ne	ne	ne	ano	ano	ne

Zdroj: webové stránky vybraných bank

\* UniCredit Bank zabezpečuje internetové bankovníctví bezpečnostním klíčem, který přiděluje klientovi vždy nový bezpečnostní kód.

Zabezpečení internetového bankovníctví je dostačující. Je však nutné řídit se radami jednotlivých bank, jak předejít zneužití účtu. Jedná se o ověření certifikátu banky, používání antivirových systémů, ochranu osobních údajů, apod.

### Poskytování úvěrů a kontokorentu

**Tabulka 5-5**

Položka	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
<b>Max. kontokorent</b>	1 mil.	1 mil.	5 mil.	1 mil.	3 mil.	není	100 000	I	není
<b>Max. úvěr</b>	I	4 mil.	I	1,5 mil.	5 mil.	12,5 mil.	i nad 1,2 mil.	1,5 mil.	není
<b>Úroková sazba</b>	ČS	KB	ČSOB	GE	RF	UB	VB	I	není

Zdroj: webové stránky bank, letáky

I = individuálně

**ČS:** - termínovaný úvěr PROFIT 11 %, základní sazba kontokorentu 5,5 %; **KB:** - kontokorent 13 - 15 %, úvěr individuálně; **ČSOB:** - úroková sazba je stanovena individuálně, sazby jsou buď fixní, nebo vázány na sazby mezibankovního trhu PRIBOR; **GE:** úvěr

nezajištěný do 1 mil. 7,9 %, zajištěný do 5 mil. individuálně, kontokorent 9 - 15,5 % záleží, na tom o jaké ho klienta se jedná; **RF:** - povolený debet 8,55 - 14,85 %, úvěr pevná sazba 12,5 %; **UB:** - úvěry individuálně, kontokorent je jen pro fyzické osoby – občany; **VB:** - úrokové sazby nezveřejňuje, k dispozici jsou pouze při individuálním jednání na pobočce.

Veškeré výše uvedené částky a sazby slouží spíše orientačně. Každá banka přistupuje ke svému klientovi individuálně a výše poskytnutého kontokorentu nebo úvěru závisí na kreditním obratu, na účtu a hospodářském vývoji klienta.

Pokud bych si jako podnikatel měla vybrat banku z dané nabídky, vybrala bych GE Money Bank a její účet Genius Business Active. Počet poboček (218) a bankomatů (557) této banky je dostačující, měsíční náklady na účet jsou druhé nejlevnější (první je mBank), internetové bankovníctví umožňuje provádění veškerých běžných finančních operací a poskytování kontokorentu a úvěrů je taktéž v dostačující výši. GE Money bank poskytuje neomezené množství výběrů ze svých bankomatů zdarma. Pokud tedy podnikatel nebude nucen vybírat peníze z bankomatů jiných bank, zaplatí měsíčně za účet pouze 219 Kč.

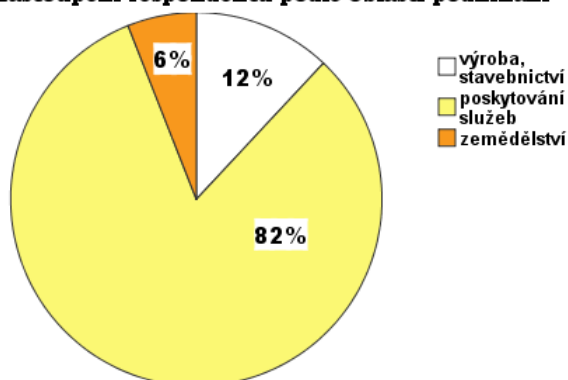
## 5.2. Celkové vyhodnocení výzkumu

Data získaná z dotazníků byla vkládána do prostředí aplikace SPSS, kde probíhalo jejich vyhodnocení. Celkem bylo získáno 115 dotazníků, po vyřazení špatných jich zůstalo právě 100.

### Identifikační otázky

Graf 5-1

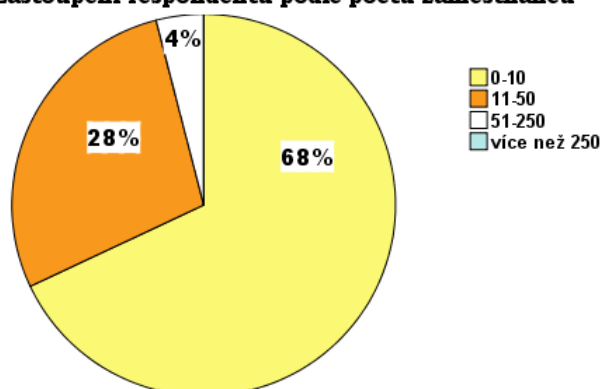
**Zastoupení respondentů podle oblasti podnikání**



Na základě otázky č. 14 byl sestaven graf, z kterého vyplývá, že poměr zastoupení respondentů podle oblasti podnikání je krajně nerovnoměrný. Nejvíce tedy bylo dotázáno respondentů poskytujících služby. Tento nepoměr je zřejmě odrazem skutečnosti, že nejvíce společností v ČR podniká právě v terciárním sektoru (viz příloha č. 3).

Graf 5-2

**Zastoupení respondentů podle počtu zaměstnanců**



Do kategorie více než 250 zaměstnanců nepatřil žádný respondent, což je v pořádku, protože by nepatřil do výběrového vzorku, který představuje malé a střední podnikatele, a musela bych tento dotazník vyřadit. Poměr zastoupení respondentů podle počtu zaměstnanců je taktéž velmi nerovnoměrný. Opět to může být způsobeno odrazem skutečnosti, že se v Moravskoslezském a Jihomoravském kraji nachází nejvíce právě malých a středních podnikatelů (viz Tabulka 4-1).

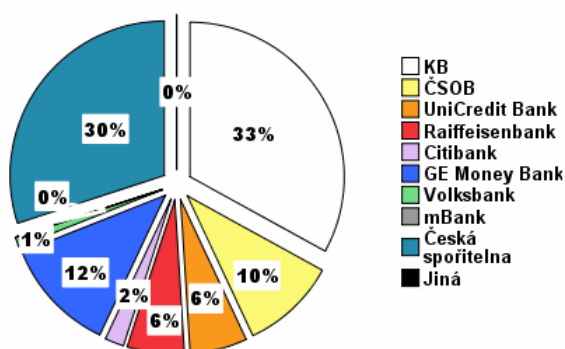
**Otázka č. 1**

Na filtrační otázku „Máte založený účet?“ odpověděli všichni respondenti bez rozdílu ANO (viz příloha č. 4, graf č. 1). Potvrzuje se tak, že mít u banky běžný účet je pro podnikatele nezbytností. Pokud by respondent odpověděl NE, byl by odkázán na konec dotazníku k identifikačním otázkám.

**Otázka č. 2**

Graf 5-3

**U jaké banky máte založený účet?**



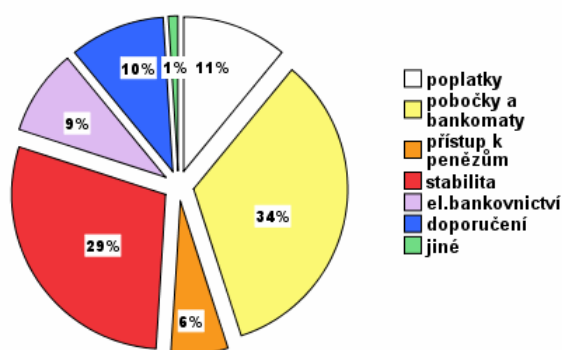
Z grafu lze tedy vyčíst, že nejvíce respondentů má založený účet u Komerční banky, kterou následuje Česká spořitelna. Může to být způsobeno tím, že tyto banky patří k největším na českém bankovním trhu, mají velké množství poboček a bankomatů a Komerční banka si

také zakládá na reklamě, a to jak v tisku, tak v televizi, respondenti se proto o ní snadněji dozvědí. Naopak mBank neuvedl žádný respondent. Je na našem trhu nová a pro podnikatele ještě nemá zavedeny všechny běžné bankovní služby, jako je poskytnutí kontokorentu, úvěru, možnost zahraničního platebního styku apod., což možná vede podnikatele k tomu, že dávají přednost větším a stabilnějším bankám, které tyto služby nabízejí.

### Otázka č. 3

Graf 5-4

**Co Vás nejvíce ovlivnilo při výběru banky?**



Nejvíce respondentů, celkem 34, při výběru banky ovlivnil počet poboček a bankomatů, pak následuje stabilita banky. Překvapilo mě však, že pouze 11 respondentů ovlivnila při výběru banky výše poplatků. Přitom právě poplatky respondenti hodnotili velmi negativně (viz níže otázka č. 6). Jeden respondent pak uvedl jiné, kde napsal, že byl ovlivněn blízkostí bankovního domu jeho společnosti. S touto otázkou dále souvisí otázky č. 7 – 11, kde jsem zjišťovala, jak často respondenti vybírají peníze z „vlastního“ nebo „cizího“ bankomatu a u přepážky, dále jak často využívají internetové bankovníctví a operátora na telefonu.

**Otázka č. 7** zněla, „Jak často vybíráte peníze z „vlastního“ bankomatu?“. Celkem 58 % respondentů vybírá peníze z „vlastního“ bankomatu alespoň jednou týdně (viz příloha č. 4, graf č. 2). Počet poboček a bankomatů je proto důležitý.

Na **otázku č. 8** „Jak často vybíráte peníze z „cizího“ bankomatu?“ uvedlo celkem 37 % respondentů taktéž alespoň jednou týdně (viz příloha č. 4, graf č. 3). 5 % z těchto respondentů předtím uvedlo, že je nejvíce ovlivnila při výběru banky právě výše poplatků. Je to pravděpodobně tím, že poplatky za výběry z „cizích“ bankomatů jsou poměrně vysoké, kolem 30 Kč a více (viz příloha č. 5, tabulka č. 1).

**Otázka č. 9** zněla „Jak často vybíráte peníze u bankovní přepážky?“. Pouze 3 % respondentů uvedla, že více než jednou týdně, nejvíce jich pak uvedlo, celkem 41 %, že méně

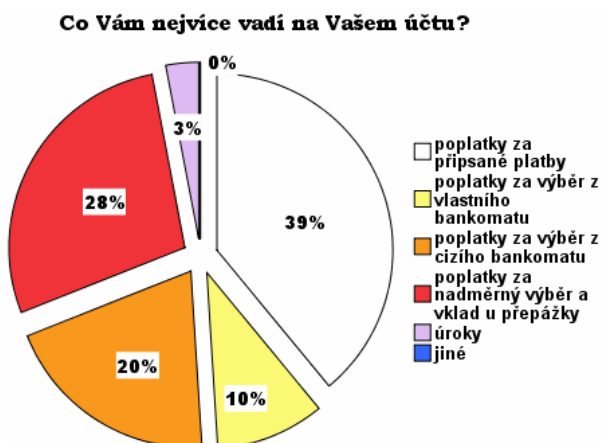
často, což znamená méně než jednou měsíčně (viz příloha č. 4, graf č. 4). Pobočky tak podnikatelům slouží pravděpodobně k získání informací o úvěrech, nebo k jejich zřízení, nikoliv k vybírání hotovosti.

**Otázkou č. 10** jsem zjišťovala, jak často respondenti využívají internetové bankovníctví. 17 % respondentů uvedlo více než jednou denně, 15 % respondentů denně a 21 % respondentů více než jednou týdně. Pouze 11 % uvedlo, že internetové bankovníctví nevyužívají vůbec (viz příloha č. 4, graf č. 5). Z těchto jedenácti procent pak jeden uvedl, že využívá více než jednou týdně operátora na telefonu, dalších 7 pak uvedlo, že ho využívají méně často, což znamená méně než jednou měsíčně. Celkově pouze 3 % respondentů neužívá elektronické bankovníctví, případně mohou využívat jinou formu než tyto dvě. Z tohoto vyplývá, že elektronické bankovníctví je hojně využíváno a pravděpodobně v budoucnu počet podnikatelů, kteří ho budou využívat, dále poroste. Je to dáno i tím že moderní technologie jsou čím dál tím více dostupné. Vzdálený přístup tak šetří nejen podnikatelům obvykle nepříjemnou cestu na nejbližší pobočku. Tímto mohou spravovat stav svého účtu prakticky kdykoliv a kdekoliv.

Na **otázku č. 11** „Jak často využíváte operátora na telefonu?“ odpovědělo celkem 51 % respondentů, že vůbec. 33 % respondentů pak uvedlo, že méně často (méně než jednou měsíčně). Pouze 2 % respondentů uvedla, že ho využívají denně, tito pak zároveň využívají více než jednou denně internetové bankovníctví. Viz příloha č. 4, graf č. 6. Dle mého názoru velké procento nevyužívá telebanking nebo GSM banking proto, že velká část dotázaných podniká v oblasti poskytování služeb a místem podnikání je většinou kancelář, kde mohou využívat internetové bankovníctví, které je z mého hlediska praktičtější, a vidí přímo pohyb na účtu.

#### Otázka č. 4

Graf 5-5



Nejvíce respondentům vadí poplatky za připsané platby. U mBank a GE Money Bank jsou však všechny připsané platby zdarma, u Volksbank a Citibank jsou pak zdarma připsané platby pouze z jejich bank. Komerční banka a ČSOB nabízí zdarma omezený počet připsaných plateb, celkem 5, u UniCredit Bank je to 20. Poplatky se pak pohybují od 3,5 do 6,9 Kč. Viz příloha č. 5, tabulka č. 1. Úroky vadí pouze 3 % respondentů, přestože se jeho výše pohybuje nejvýše v 1,8 procentech (viz příloha č. 5, tabulka č. 2), což je velmi zanedbatelné, a z tisícikoruny se tak klientům připíše pouze 18 Kč.

Myslím si, že nespokojenost s vysokými poplatky za připsané platby pak souvisí se sledováním trendů a diskuzí, nejen na internetu, kde se volí například nejabsurdnější poplatky bank. Veřejnosti se tak dostanou do podvědomí informace, o kterých pak nemají bližší zájem zjistit si pravé skutečnosti a automaticky jim pak tyto poplatky nejvíce vadí. Naopak poplatky za výběr z „vlastního“ bankomatu vadí pouze 10 % respondentů a to i přesto, že tyto poplatky jsou mnohem vyšší, než právě výše zmiňované poplatky za připsané platby (viz příloha č. 5, tabulka č. 1).

#### Otázka č. 5

Graf 5-6



Celkem 62 % respondentů je se svou bankou spokojeno, z toho 3 % velmi spokojeno. Tito velmi spokojeni respondenti jsou klienty Komerční banky. 38 % respondentů je tedy se svou bankou nespokojeno, z toho jeden velmi nespokojen (klient České spořitelny).

**V otázce č. 12** měli respondenti uvést, zda by doporučili profil svého účtu svým známým. Všichni velmi spokojeni respondenti uvedli, že ANO. Celkem 45 % spíše spokojených taktéž uvedlo ANO, zbylých 14 % pak uvedlo, že NE. Zajímavostí je, že i spíše nespokojeni respondenti, celkem 20 %, taktéž uvedli, že by účet svým známým doporučili. Zbylých 17 % pak tedy uvedlo, že NE, taktéž velmi nespokojen uvedl NE. (viz příloha č. 4, tabulka č. 1)

### Otázka č. 6

V této otázce měli respondenti hodnotit jednotlivé faktory jako ve škole, tzn. 1 = nejlepší, 5 = nejhorší. Jednalo se o poplatky (6.1), personál banky (6.2), funkčnost (6.3) a zabezpečení (6.4) internetového bankovníctví, nabídku úvěrů (6.5), podmínky získání úvěrů (6.6), odepsanou úrokovou sazbu (6.7) a schvalovací procedury (6.8). Relativní četnosti jsou uvedeny v příloze č. 4, graf č. 7.

Tabulka 5-6

Ukazatele	6.1	6.2	6.3	6.4	6.5	6.6	6.7	6.8
Průměr	3,92	2,26	2,10	2,23	3,42	3,72	3,80	3,33
Medián	4	2	2	2	3	4	4	3
Modus	4	2	2	2	3	4	4	3
Rozptyl	0,822	1,144	1,263	1,411	1,377	1,072	0,848	1,112
Směrodatná odchylka	0,907	1,070	1,124	1,188	1,174	1,036	0,921	1,055
Kvartil 25	3	1	1	2	3	3	3	3
Kvartil 50	4	2	2	2	3	4	4	3
Kvartil 75	5	3	3	3	4	4	4	4

Zdroj: vlastní

Nejlépe respondenti hodnotili funkčnost internetového bankovníctví, personál banky a zabezpečení internetového bankovníctví, kde byla nejčastější známkou 2. Personál banky a funkčnost internetového bankovníctví dokonce nejméně 25 % respondentů hodnotilo jedničkou. Naopak nejhorší průměr obdržely poplatky, kde nejčetnější známkou byla 4. U všech faktorů je však poměrně vysoký rozptyl a směrodatná odchylka, což ukazuje na vysokou různorodost odpovědí.

### Otázka č. 15

Na poslední, otevřenou otázku, která zněla „Chcete ještě něco dodat?“ odpovědělo 98 % respondentů, že nikoliv, jeden pak uvedl, že bankovní služby u nás jsou oproti zemím EU podprůměrné a druhý, že by si přál zrušit veškeré poplatky.



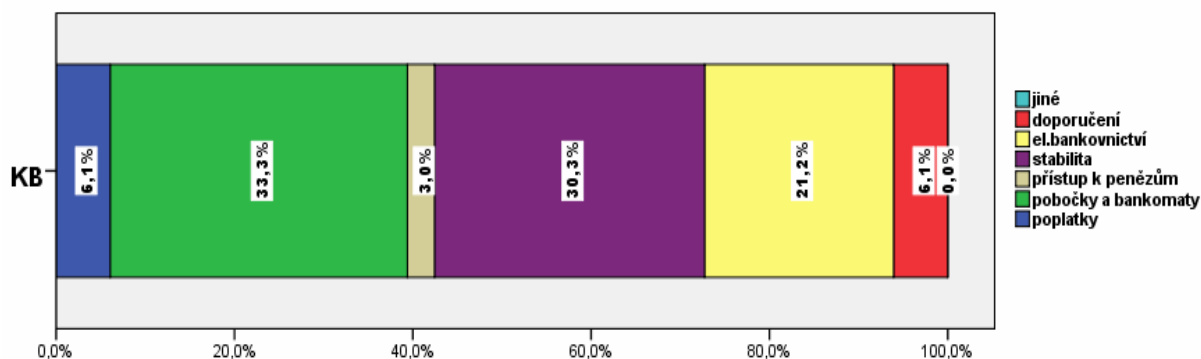
### 5.3. Vyhodnocení výsledků jednotlivých bank

Z hlediska jednotlivých bank jsem provedla třídění druhého stupně.

#### Komerční banka

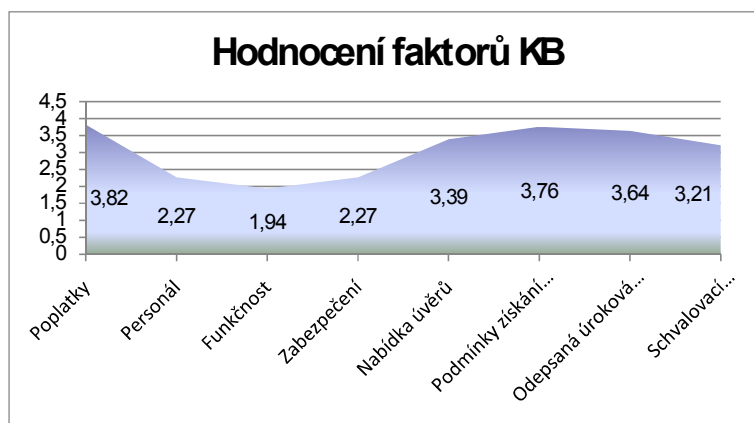
U této banky má zřízen účet celkem 33 % respondentů. V následujícím grafu č. 5-7 jsou důvody, které respondenty ovlivnily při výběru banky.

Graf 5-7



Nejčastějším důvodem zvolení této banky tedy je počet poboček a bankomatů a pak stabilita banky. 9 % klientů je se svou bankou velmi spokojeno, 67 % pak spíše spokojeno a 24 % spíše nespokojeno (viz příloha č. 6, graf č. 1). Celkem 82 % respondentů by doporučilo profil svého účtu svým známým, zbylých 18 % by ho nedoporučilo. Nejvíce respondentům na účtu vadí poplatky za připsané platby a poplatky za nadměrný výběr a vklad u přepážky. Pouze jednomu vadí výše úroku (viz příloha č. 6, graf č. 2). Co se týče hodnocení jednotlivých faktorů, nejlépe respondenti hodnotili funkčnost internetového bankovníctví, následuje personál banky a zabezpečení internetového bankovníctví.

Graf 5-8

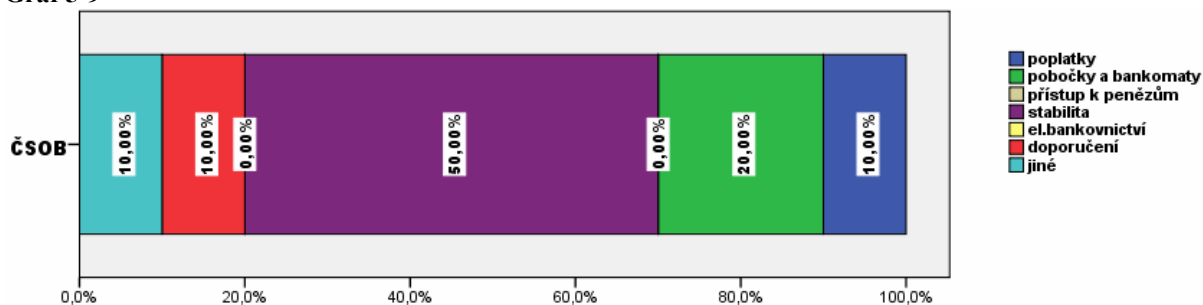


Celkem 73 % klientů Komerční banky má 0-10 zaměstnanců, dalších 24 % má 11-50 zaměstnanců a pouze 3 % má 51-250 zaměstnanců. 18 % klientů pak podniká v oblasti výroby nebo stavebnictví, 70 % poskytuje služby a 12 % podniká v oblasti zemědělství (viz příloha č. 6, tabulka č. 1 a 2).

## ČSOB

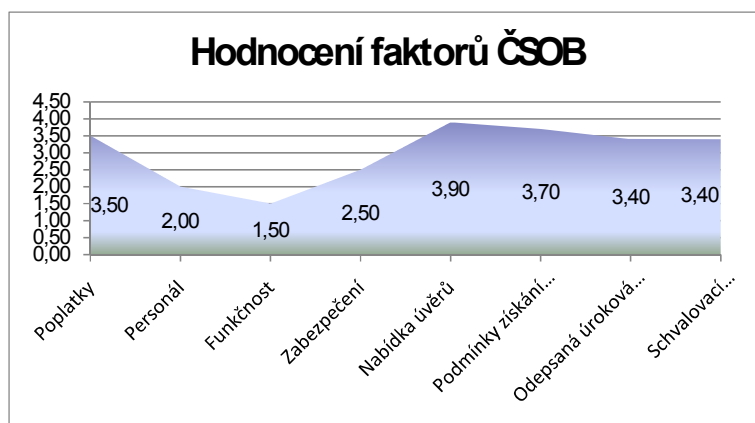
U ČSOB má založen účet celkem 10 % respondentů. Nejčastěji si respondenti u této banky založili účet právě kvůli její stabilitě (viz graf č. 5-7).

Graf 5-9



S bankou je spíše spokojeno 80 % klientů, 20 % je spíše nespokojeno (viz příloha č. 6, graf č. 3). Nejčastěji klientům na účtu vadí, stejně jako u Komerční banky, poplatky za připsané platby a za nadměrný výběr a vklad u přepážky. Celkem 70 % klientů by svůj profil účtu doporučilo svým známým, zbylých 30 % pak nikoliv.

Graf 5-10



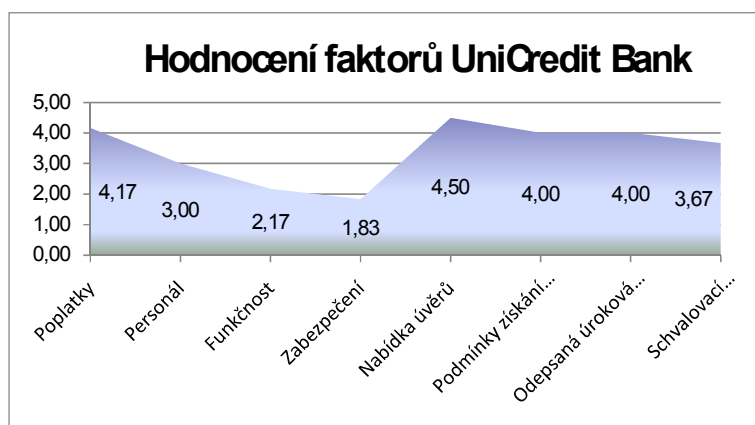
Nejlépe tedy klienti hodnotí funkčnost internetového bankovníctví, následuje personál banky. Nejhorší hodnotí nabídku úvěrů.

80 % klientů ČSOB uvedlo, že mají 0-10 zaměstnanců, 20 % uvedlo 11-50 zaměstnanců (viz příloha č. 6, tabulka č. 1 a 2) a všichni respondenti poskytují služby.

## UniCredit Bank

U UniCredit Bank má účet založeno 6 % respondentů. Tuto banku zvolili na základě její stability. Nejvíce jim na účtu vadí poplatky za výběr z cizího bankomatu (uvedlo 50 %) a poplatky za nadměrný výběr a vklad u přepážky (uvedlo zbylých 50 %). 67 % klientů je s bankou spíše nespokojeno a zbylých 33 % je spíše spokojeno. Polovina dále uvedla, že by profil svého účtu svým známým doporučila, zbylá polovina nikoliv.

Graf 5-11



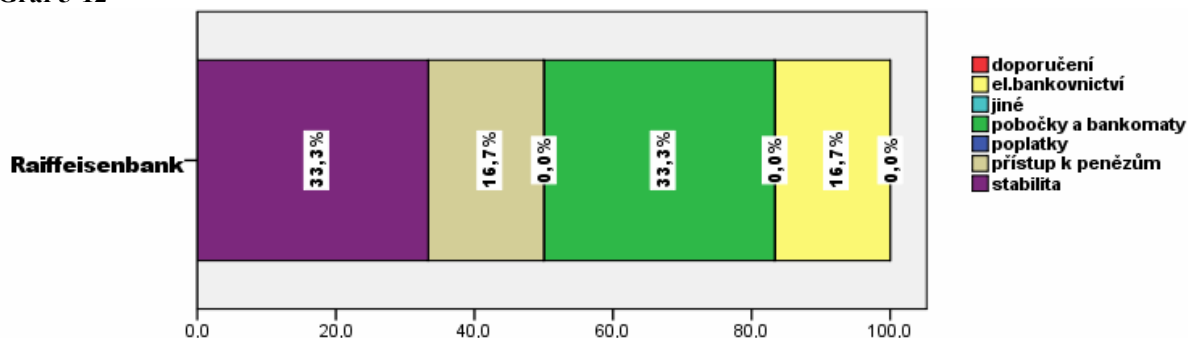
Z grafů lze vyčíst, že nejlépe klienti hodnotili zabezpečení internetového bankovníctví, nejhůře nabídku úvěrů. Nejsou zvláště spokojeni ani s personálem banky, který ohodnotili v průměru jako druhý nejhorší mezi všemi vybranými bankami.

50 % klientů uvedlo, že má 0-11 zaměstnanců, zbylých 50 % má 11-50 zaměstnanců, 16,5 % jich podniká v oblasti výroby nebo stavebnictví, 67 % poskytuje služby a 16,5 % podniká v oblasti zemědělství (viz příloha č. 6, tabulka č. 1 a 2).

## Raiffeisenbank

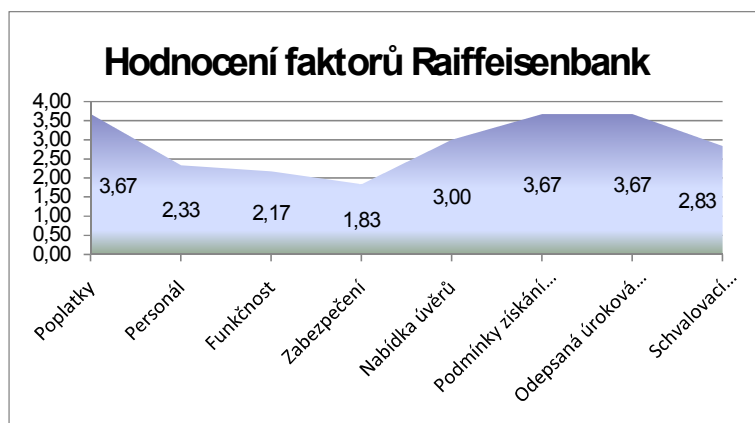
U Raiffeisenbank si zřídilo účet celkem 6 % respondentů. Zvolili si ji především na základě počtu poboček a bankomatů a opět její stability (viz níže graf č. 5-12).

Graf 5-12



67 % klientů je s touto bankou spíše nespokojeno, 33 % je spíše spokojeno. 33 % uvedlo, že by profil svého účtu doporučilo i svým známým, 67 % pak uvedlo, že by ho nedoporučilo. Nejvíce klientům, celkem 83 %, vadí poplatky za připsané platby, 17 % uvedlo poplatky za výběr z „cizího“ bankomatu.

Graf 5-13



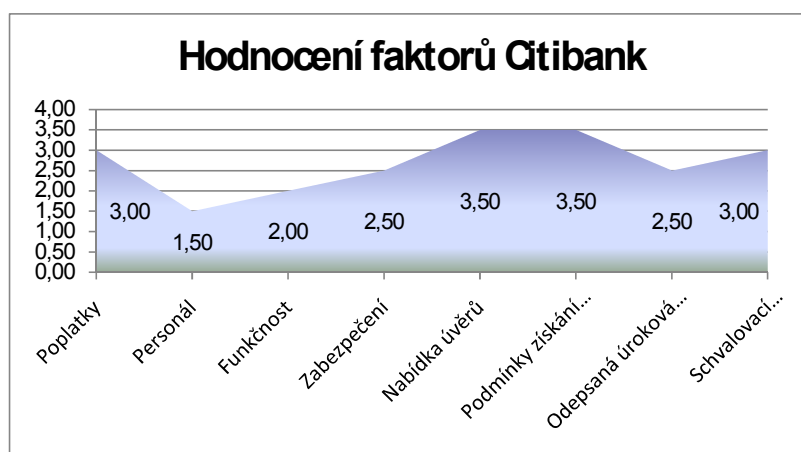
Nejlépe tedy klienti opět hodnotili zabezpečení internetového bankovníctví, nejhůře výši poplatků, podmínky získání úvěru a odepsanou úrokovou sazbu. Ze všech vybraných bank má tato banka nejlepší hodnocení u schvalovacích procedur.

33 % klientů uvedlo, že zaměstnává 0-10 zaměstnanců, 50 % 11-50 zaměstnanců a 17 % 51-250 zaměstnanců. 83 % klientů poskytuje služby, 17 % podniká v oblasti zemědělství (viz příloha č. 6, tabulka č. 1 a 2).

### Citibank

U Citibank mají založen účet 2 % respondentů. 50 % ji zvolilo kvůli její stabilitě, dalších 50 % dalo na doporučení. Klienti jsou s bankou spíše spokojeni, polovina uvedla, že by doporučila profil svého účtu známým, druhá polovina uvedla, že ne. Nejvíce jim vadí poplatky za připsané platby a poplatky za výběry z „cizího“ bankomatu.

Graf 5-14



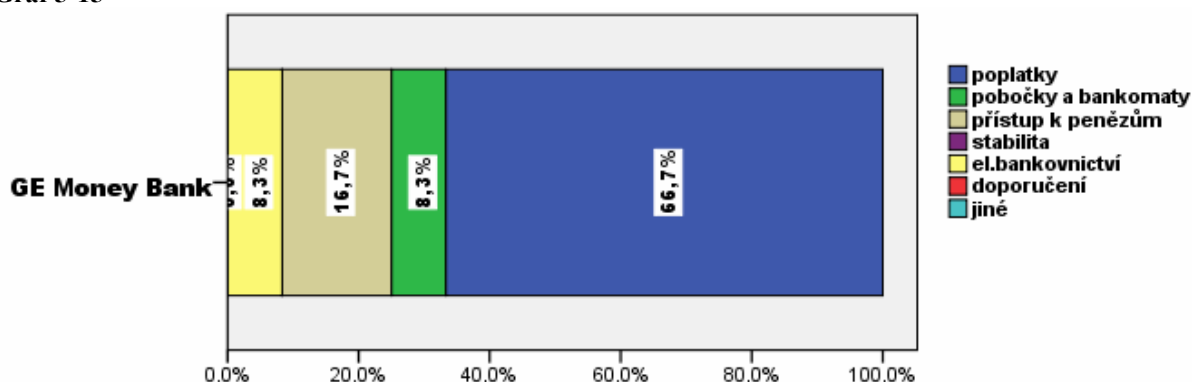
Podle grafu nejlépe klienti hodnotili personál banky, nejhůře pak nabídku úvěrů a podmínky jejich získání.

50 % klientů má 11-50 zaměstnanců, zbylých 50 % má 51-250 zaměstnanců. Polovina pak podniká v oblasti výroby nebo stavebnictví, druhá polovina poskytuje služby (viz příloha č. 6, tabulka č. 1 a 2).

### GE Money Bank

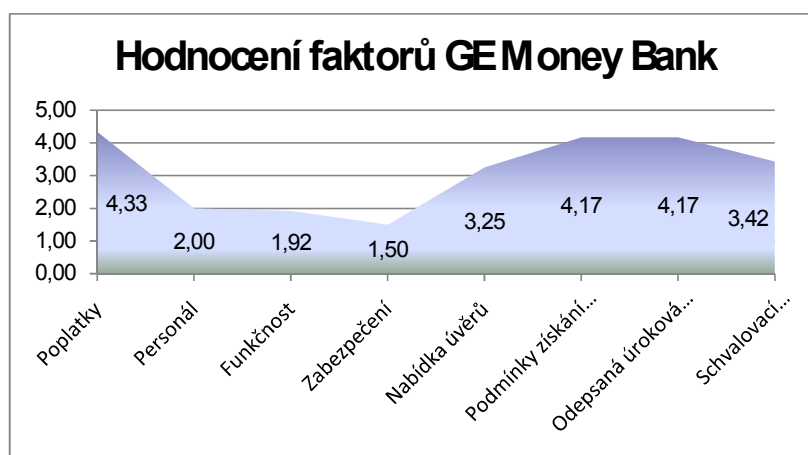
U GE Money Bank si založilo účet celkem 12 % respondentů. Nejvíce klientů, celkem 67 %, si ji zvolilo na základě výše poplatků, pouze 8 % kvůli počtu poboček a bankomatů.

Graf 5-15



75 % klientů je však s bankou spíše nespokojeno, 25 % uvedlo, že jsou spíše spokojeni. 50 % jich uvedlo, že by profil svého účtu doporučili svým známým, zbylých 50 % by ho nedoporučilo. Nejvíce klientům vadí poplatky za výběr z „cizího“ bankomatu, následuje poplatek za nadměrný výběr a vklad u přepážky.

Graf 5-16



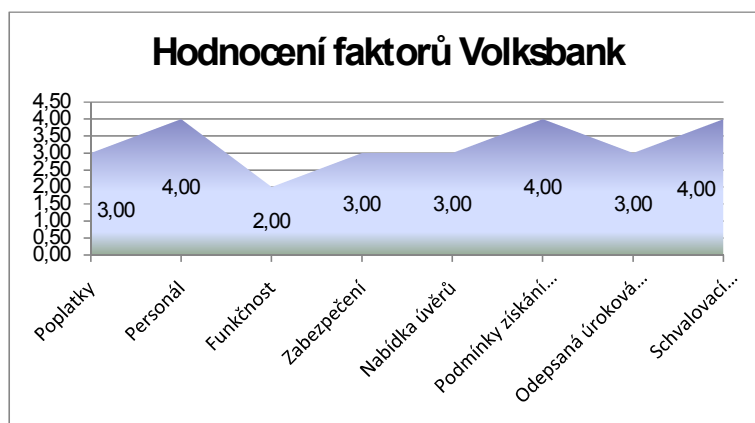
Zabezpečení internetového bankovníctví hodnotili klienti nejlépe ze všech vybraných bank. Druhý nejlepší průměr obdržel i personál banky. Poplatky pak klienti hodnotili nejhůře ze všech bank.

75 % klientů má 0-10 zaměstnanců, 25 % má 11-50 zaměstnanců. 8 % klientů podniká v oblasti výroby nebo stavebnictví, zbylých 92 % poskytuje služby (viz příloha č. 6, tabulka č. 1 a 2).

### Volksbank

U Volksbank má veden účet pouze jeden respondent, který má 11-50 zaměstnanců a poskytuje služby. Zvolil si ji na základě snadnějšího přístupu k penězům. Je s touto bankou spíše nespokojen a svým známým by ji nedoporučil. Nejvíce mu pak vadí poplatky za připsané platby. Nejlépe hodnotil funkčnost internetového bankovníctví.

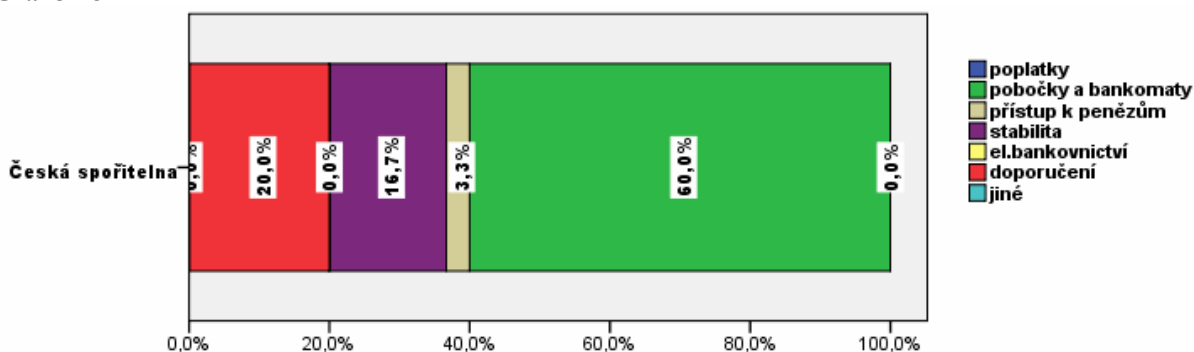
Graf 5-17



## Česká spořitelna

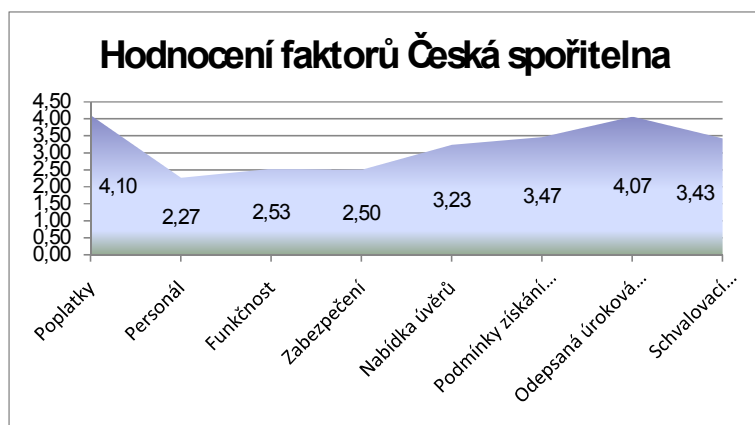
U České spořitelny si zavedlo účet celkem 30 % respondentů. Zvolili si ji převážně kvůli počtu poboček a bankomatů, následuje doporučení a stabilita banky.

Graf 5-18



67 % klientů je s touto bankou spíše spokojeno, 30 % je spíše nespokojeno a 3 % uvedla, že jsou velmi nespokojena (viz příloha č. 6, graf č. 4). 73 % klientů uvedlo, že by profil svého účtu svým známým doporučilo, zbylých 27 % nikoliv. Klientům pak nejvíce vadí poplatky za připsané platby a poplatky za nadměrný výběr a vklad u přepážky (viz příloha č. 6, graf č. 5).

Graf 5-19



Nejvíce jsou klienti této banky spokojeni s personálem a funkcností internetového bankovníctví, nejhůř pak hodnotili výši poplatků.

73 % klientů uvedlo, že má 0-10 zaměstnanců, 23 % uvedlo 11-50 zaměstnanců a 4 % mají 51-250 zaměstnanců. 10 % pak podniká v oblasti výroby nebo stavebnictví, zbylých 90 % poskytuje služby (viz příloha č. 6, tabulka č. 1 a 2).

## **6. Návrhy a doporučení**

Cílem bakalářské práce byla analýza bankovních produktů pro malé a střední podnikatele a výběr nejvhodnějšího podnikatelského účtu z vybraných bank. Dílčím cílem tedy byla analýza nabídek podnikatelských účtů na trhu a provedení marketingového výzkumu, kterým bylo zjištěno, u jakých bank mají podnikatelé nejčastěji založený účet, co je ovlivnilo při výběru banky, jak jsou s bankou spokojeni a jak často využívají některé služby spojené s běžným účtem.

### **6.1. Doporučení pro banky**

Dotazovaným klientům všeobecně vadí poplatky, a to především za příchozí platby, za výběry z „vlastních“ a „cizích“ bankomatů a za výběry u přepážky. Tyto poplatky v závěrečném součtu nejsou tak rozhodující jako jiné klientem využívané služby (telefonní linka, poplatky za internet, apod.).

Nespokojenost s vysokými poplatky je pravděpodobně způsobena malou informovaností klientů. Banky by mohly více investovat do různých programů k většímu pochopení všech poplatků a tak vysvětlit klientům, že tyto poplatky tvoří zanedbatelnou část jejich celkových měsíčních nákladů. Nebo mohou navýšit počet transakcí a výběrů jak z bankomatu, tak i u přepážky, zdarma. Další možností je zavedení speciálního balíčku na míru, což by znamenalo, že by si klient navolil z nabídky banky služby a poplatky, které by byly do určité míry zdarma. Účet na míru by mohl přilákat klienty, kteří například mají velký počet transakcí na účtu, takže by si navolili větší počet příchozích plateb zdarma, ale třeba méně výběrů z bankomatu. Navolené možnosti by byly kompenzovány dražším poplatkem za vedení účtu oproti ostatním, a další poplatky, které by následovaly po vyčerpání volných limitů, by byly taktéž dražší než u účtů jiných.

### **6.2. Doporučení pro podnikatele**

Následující doporučení pro podnikatele jsou zpracována podle vybraných hodnocených bank. Všem podnikatelům nelze doporučit jediný typ bankovního účtu hodnocené banky. Každý podnikatelský subjekt je individuální a specifický, jak v nakládání s penězi tak i v dosažitelnosti nabízených bankovních služeb.

#### **Komerční banka**

Tuto banku bych především doporučila podnikatelům, kteří mají vyšší kreditní obraty a nevadí jim zpoplatněné všechny služby, i když je banka nabízí do určitého limitu zdarma.



Komerční banku by měli preferovat podnikatelé, kteří často navštěvují pobočky a vybírají vyšší hotovost ze “svých“ bankomatů.

Podnikatelům na bance nejvíce vadí právě zmiňované poplatky za připsané platby. Banka sice nabízí 5 jakýkoliv připsaných plateb zdarma, avšak po vyčerpání volného limitu, každá další připsaná platba stojí 5,- Kč. Podnikatelům s velkým počtem příchozích plateb pak tyto poplatky mohou výrazně ovlivnit celkovou výši měsíčních nákladů na účet. Jistým řešením může být od banky zavedení balíčku, kde by byl zdarma větší počet volných plateb na úkor jiných služeb, které by využívali méně často. Což je ale velice nepravděpodobné, proto těmto nespokojeným podnikatelům doporučuji změnu, banky například UniCredit°Bank kde je 20 připsaných plateb zdarma, nebo GE°Money Bank která má neomezený počet připsaných plateb zdarma a také přímo nabízí program k přestupu z konkurenční banky, i když má klient u stávající banky závazky.

Nabídku úvěrů Komerční banky hodnotilo pouze 12 % klientů jako nedostatečnou, naopak 3 % klientů ji hodnotila výborně, 24 % klientů udělilo známku velmi dobře. Větší nespokojenost je však s podmínkami získání úvěru, bohužel v tomto případě nelze podnikatelům nic doporučit, protože tyto podmínky jsou aplikovány na širší spektrum podnikatelských subjektů a získání úvěru je tedy velmi specifické a závislé na ekonomické historii daného podniku, nebo podnikatele.

## **ČSOB**

Tato banka má jeden z nejlevnějších poplatků za vedení účtu, avšak na úkor ostatních služeb, které jsou všechny zpoplatněny a nenabízí žádný produkt, kromě pěti připsaných plateb, zdarma. Tuto banku bych především doporučila menším podnikatelům, kteří nemají velké kreditní obraty, nevybírají tak často hotovost a mají malý počet transakcí. Banku pak mohou využívat podnikatelé, kteří potřebují finanční pomoc. Československá obchodní banka nabízí velké množství půjček a úvěrů, jako je přecherpání účtu, kontokorentní úvěr, revolvingový úvěr, účelový úvěr, malý úvěr pro podnikatele, hypoteční úvěr, úvěrový příslib a další.

Podnikatelé jsou s bankou, tak jako s Komerční bankou, spíše spokojení. Nejvíce jim vadí poplatky za připsané platby. ČSOB nabízí pět příchozích plateb zdarma. Po vyčerpání limitu volných plateb je opět každá následující připsaná platba zpoplatněna ve výši 6,- Kč.

Domnívám se, že nespokojenost s nabídkou úvěrů je způsobena neinformovaností o této nabídce nebo se může jednat o podnikatele, kteří na tyto úvěry nedosáhnou, tzn. mohou mít dluhy vůči Finančnímu úřadu, ČSSZ, či nemusí splňovat jiné podmínky pro získání úvěru. Proto podnikatelům žádajícím o úvěr navrhuji, aby se více informovali o podmínkách získání úvěru, nebo se obrátili na jinou banku, například Citibank, která si zakládá na individuálním přístupu ke každému klientovi.

### **UniCredit Bank**

Z počtu 6 % dotázaných, kteří jsou klienti této banky, je 67 % s touto bankou spíše nespokojeno. Průměry hodnocených faktorů patří k jedněm z nejhorších ze všech vybraných bank.

UniCredit Bank, bývalá Živnostenská banka a HVB Bank Czech Republic, si při vzniku ponechala stávající klienty zanikajících bank, proto si myslím, že tohle je důvod tak nízkého hodnocení spokojenosti. Banka požaduje za vedení účtu 279 Kč, což je druhá nejvyšší částka, zároveň celkové měsíční náklady patří k druhým nejvyšším. Doporučila bych ji spíše větším podnikatelům, kteří mají vyšší kreditní obraty, protože poplatek za vedení účtu je druhý nejdražší ze všech vybraných bank, je vhodná pro podnikatelské subjekty s vyšším počtem transakcí (nabízí 20 připsaných plateb zdarma), a pro podnikatele, kteří často vybírají hotovost z bankomatu, protože výběry z „vlastního“ bankomatu nejsou zpoplatněny a to i v zahraničí. Podmínkou však je blízkost pobočky, případně bankomatu, sídlu společnosti klienta, jelikož banka nedisponuje na území ČR jejich velkým počtem.

Negativní hodnocení nabídky úvěrů, podmínek jejich získání a schvalovacích procedur může být způsobeno nynější situací, kdy banka kvůli finanční krizi pozastavila pro stavební sektor zřizování nových a navyšování stálých úvěrů. Může být také způsobeno nemožností zřízení kontokorentu pro podnikatele, tento je určen pouze pro fyzické osoby – občany. Proto podnikatelům, kteří mají založený účet u této banky a chtějí získat úvěr nebo kontokorent, doporučuji, opět na základě jejich ekonomické situace, založit si druhý účet u jiné banky, kde by se předem informovali o možnosti získání finanční pomoci.

### **Raiffeisenbank**

Stejně tak jako UniCredit Bank, si Raiffeisenbank fúzí s eBank ponechala stávající podnikatelskou klientelu. Tím pádem 67 % klientů je s touto bankou spíše nespokojeno, protože eBank měla po vybudování pozice na našem trhu pro malé podnikatele příznivější

podmínky. Podnikatelům nejvíce vadí poplatky za připsané platby (uvedlo celkem 83 % klientů), které skutečně patří mezi nejvyšší z vybraných bank.

Proto je tedy tato banka vhodná pro ty podnikatele, kteří mají vysoké kreditní obraty nebo vyšší vklady a investice, protože Raiffeisenbank nabízí věrnostní programy. To znamená, se zvyšujícími se zůstatky na účtu, se zároveň snižují veškeré poplatky za služby, tedy i poplatky za připsané platby. Klient tak může dosáhnout toho, že bude mít veden účet téměř zdarma. Dále je vhodná i pro podnikatele, kteří chtějí zároveň spořit, protože banka má nejvyšší sazbu připsaných úroků, a to 1,8 %.

Podnikatelům, kteří nesplňují podmínky věrnostních programů a poplatky jim připadají vysoké, doporučuji přejít k mBank, což je obdoba zaniklé eBank, která se jako první na našem trhu ovládala přes internet, a proto byla vhodná například pro internetové obchody. Ostatním podnikatelům, kteří potřebují financování, protože mBank úvěry nenabízí, doporučuji například bankovní domy GE Money Bank nebo ČSOB, protože mají nižší náklady na vedení účtu.

### **Citibank**

Citibank je vhodná pro podnikatele, kterým nebude vadit vysoký poplatek za vedení účtu. Doporučila bych ji pro ty, kteří mají vysoký počet transakcí, ale zároveň méně vybírají hotovost z bankomatů. Banka má však pouze 14 poboček v celé České republice, proto podnikatel musí zvážit, jak často bude potřebovat pobočku navštívit, např. z důvodu zřízení úvěru, provedení velkého výběru na přepážce. Veškeré nedostatky banka kompenzuje tím, že si zakládá na individuálním přístupu ke každému klientovi.

Tuto banku uvedla pouze 2 % respondentů. Jsou s ní spíše spokojeni, 50 % uvedlo, že mu vadí opět poplatky za připsané platby a zbylých 50 % uvedlo poplatky za výběry z „cizího bankomatu“. Ovšem poplatky za výběr z „cizího“ bankomatu jsou sporné, protože banka nabízí celkem 7 jakýkoliv výběrů zdarma, ostatní stojí 47 Kč, i když budou z bankomatu „vlastního“.

Tato banka má ale nejvyšší poplatek za měsíční vedení účtu, celkem 450 Kč, což je velmi vysoká částka a služby v tomto poplatku zahrnuté, nejsou podle mě dostatečné. Tuto banku bych podnikateli nejspíš nedoporučila, pokud ji nezvolí jen jako druhou banku, u které chce mít zřízený úvěr, který může být snáze dosažitelný než u ostatních bank, jelikož si Citibank zakládá na individuálním přístupu ke každému klientovi.

Velkým nedostatkem této banky jsou její internetové stránky. Jsou nepřehledné, pro uživatele složité na vyhledávání (viz příloha č. 8). To se týká z mého pohledu i internetového bankovníctví. Může to být pro podnikatele, který často potřebuje znát informace o stavu svého účtu, velice namáhavé dopátrat se dané informace. Jestliže podnikatelé velmi často využívají internetové bankovníctví, v tomto případě doporučuji jakoukoliv jinou banku, dle požadavků klienta. A Citibank ponechat jen z výše uvedených důvodů.

### **GE Money Bank**

GE Money Bank je vhodná pro podnikatele, kteří často potřebují vybírat hotovost, banka nabízí neomezený počet výběrů z „vlastního“ bankomatu zdarma. A je vhodná také pro podnikatele s velkým počtem transakcí, protože i trvalé příkazy k úhradě nejsou zpoplatněny, stejně jako připsané platby. Nelze ji však doporučit podnikatelům, kteří potřebují zahraniční platební styk, protože ho banka neumožňuje.

Celkem 75 % klientů je s GE Money Bank spíše nespokojeno. 67 % podnikatelů si ji vybralo na základě výše poplatků. Ovšem právě 67 % hodnotí poplatky záporně a nejvíce jim vadí poplatky za výběr z „cizího“ bankomatu, které jsou z mého pohledu jediným nedostatkem a s 35 Kč patří k nejvyšším. Podnikatelům, kterým výše poplatků nevyhovují, doporučuji mBank, pokud si vystačí pouze s ovládáním účtu přes internet a zřízením účtu bez možnosti finanční půjčky, protože je na našem trhu právě po GE Money Bank nejlevnější.

Dle mého názoru je tato banka nedoceněna. Problém může být v celkové komunikaci s klienty, kteří o těchto výhodách nevědí a to i přesto, že banka má na pobočkách propagační letáky s podrobnými informacemi. Taktéž na internetových stránkách jsou zmínky o těchto výhodách, ovšem už ne tak podrobné. Dle zjištěných skutečností sekundárního výzkumu se však zdá být nejvhodnější bankou pro malé a střední podnikatele.

### **Volksbank**

Tuto banku by si mohli vybrat podnikatelé, kteří spíše potřebují druhý účet. Banka nenabízí žádné nadstandardní služby. Výhodou banky jsou jen výběry z bankomatů a to i přesto, že jsou zpoplatněny i u „vlastního“ bankomatu (3,- Kč). Tyto poplatky ale nepředstavují pro podnikatele výraznou zátěž při konečném součtu nákladů na účet. Malou síť vlastních bankomatů doplňuje síť bankomatů z ČSOB a Poštovní spořitelny se sazbou za výběr v částce 6,- Kč, tedy jako kdyby byli jejich klienty.

Klientem Volksbank je pouze jediný respondent a je s touto bankou spíše nespokojen. Vybral si ji na základě snadnějšího přístupu k penězům, podmínky získání úvěru a schvalovací procedury ale hodnotí pouze dostatečně. Tuto známku obdržel i personál banky. Problémy nemá s internetovým bankovníctvím, výše poplatků hodnotí známkou dobře. Nejvíce mu pak vadí poplatky za připsané platby. Na základě odpovědí jednoho respondenta nelze navrhnout pro podnikatele jakákoliv doporučení, protože jeho známky mohou být ovlivněny emocemi, náladou, jeho temperamentem apod. a nemusí být objektivní.

### **Česká spořitelna**

Česká spořitelna se vyplatí podnikatelům kteří potřebují často navštěvovat pobočky a preferují výběr z “vlastního“ bankomatu, i když jsou zpoplatněny částkou 6,- Kč. Tuto banku bych opravdu doporučila podnikatelům s malým počtem transakcí a malým počtem výběrů z bankomatu. Banka nabízí jeden z nejlevnějších poplatků za vedení účtu, ale ostatní služby jsou všechny zpoplatněny. Tím pádem při větším pohybu na účtu, a větším počtu výběrů z bankomatů dramaticky vzrostou měsíční náklady na účet.

Dále bych tuto banku doporučila podnikatelům, kteří vybírají větší obnos u přepážky přímo na pobočce banky, protože tento poplatek je ze všech vybraných bank nejlevnější.

Klientům nejvíce vadí, jako téměř u všech bank, poplatky za připsané platby. Pokud by uvítali změnu banky, doporučuji jim například GE Money Bank při větším objemu připsaných plateb, protože tato banka je nemá zpoplatněny. Při malém objemu připsaných plateb doporučuji i ČSOB, která jich nabízí pět zdarma a poplatek za vedení účtu je ještě nižší než u České spořitelny.

### **mBank**

Tuto banku neuvedl žádný z respondentů, je to možná i tím, že její podnikatelský účet je určen pouze pro podnikatele fyzické osoby. mBank je zatím jedinou bankou, která funguje jen na principu elektronického bankovníctví, podnikatelům to však nemusí vyhovovat, protože ne vždy je zaručen přístup k internetu a počet bankomatů nebo kiosků této banky je zatím nedostačující. Banka také ještě nenabízí pro podnikatele žádnou formu půjčky nebo úvěru.

mBank se hodí spíše pro klienty 21.století, kteří ke správě účtu využívají výhradně internet. Tato banka má minimum poboček, které jsou většinou v podobě kiosků v nákupních centrech. Doporučuji ji malým podnikatelům, kteří nevyžadují časté výběry hotovosti a zahraniční platební styk, a nepotřebují od banky půjčky a úvěry. Pokud tedy klient nebude

často vybírat hotovost z bankomatů, měsíční náklady na účet mohou být opravdu minimální, kdy klient zaplatí pouze za výpis z účtu poštou a trvalé příkazy k úhradě. Tento účet se tedy hodí především pro internetové obchody, kde je velký objem připsaných plateb, není potřeba zřizování úvěru a postačí pouze internetové bankovníctví.

V polovině letošního roku banka plánuje rozšíření nabídky služeb, dále pak plánuje i rozšiřování kiosků a bankomatů. Zde se opravdu nedá podnikatelům doporučit nějaká změna, protože je banka na našem trhu nová a je potřeba počkat až si vybuduje stálou pozici na našem trhu.

## 7. Závěr

Spokojenost malých a středních podnikatelů se svojí bankou je nedílnou součástí podnikatelského prostředí, ve kterém se pohybujeme. Výběr správné banky může pro někoho představovat důležitý krok při zakládání firmy. Špatná znalost bankovního prostředí je někdy odrazující a proto jsem se snažila tuto problematiku částečně zmapovat.

Cílem bakalářské práce byla analýza bankovních produktů pro malé a střední podnikatele a výběr nejvhodnějšího podnikatelského účtu z vybraných bank. Dílčím cílem byla tedy analýza nabídek podnikatelských účtů na trhu a provedení marketingového výzkumu, kterým bylo zjištěno, u jakých bank mají podnikatelé nejčastěji založený účet, co je ovlivnilo při výběru banky, jak jsou s bankou spokojeni a jak často využívají některé služby spojené s běžným účtem.

Dle závěrečného hodnocení a porovnání bankovních domů z hlediska výše měsíčních nákladů na účet, jako nejlepší pro malé a střední podnikatele vychází tři banky – mBank, GE Money Bank, Raiffeisenbank. mBank, která má nejnižší poplatky a dobře zpracované přehledné a intuitivní internetové bankovníctví, doporučuji podnikatelům s velkým objemem připsaných plateb, například pro internetové obchody. GE Money Bank doporučuji jako vhodnou pro podnikatele s menšími transakcemi. GE Money Bank navíc nabízí i program na přestup z jiné banky, u které mají klienti závazky v podobě úvěru. Raiffeisenbank doporučuji podnikatelům s velkými kreditní obraty nebo investicemi, protože banka nabízí věrnostní programy, díky kterým konečné náklady na účet budou minimální.

Doufám, že provedený marketingový výzkum a uvedené návrhy a doporučení budou pro malé a střední podnikatele i banky přínosem, pomohou jim při výběru vhodné banky pro jejich podnikání, přispějí ke zlepšení informovanosti klientů o bankách a částečně přispějí i ke zlepšení spokojenosti jak současných, tak případně budoucích klientů.

## Seznam použité literatury

### Knihy, příspěvky ve sborníku

- [1] DVOŘÁK, Petr. *Bankovníctví pro bankéře a klienty*. 3. přepracované a rozšířené vyd. Praha : LINDE PRAHA, a.s., 2005. 681 s. ISBN 80-7201-515-X.
- [2] FORET, M. *Marketingový výzkum : Jak poznávat své zákazníky*, 1. vyd. Praha : Grada Publishing, a.s., 2003. 159 s. ISBN 80-247-0385-8
- [3] KALABIS, Z. *Bankovní služby v praxi*, vydání první, Computer Press, a.s. Brno, 2005. 148 s. ISBN 80-251-0882-1
- [4] KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary. *Marketing*. Praha : Grada Publishing, a.s., 2004. 856 s. ISBN 80-247-0513-3.
- [5] KOZEL, Roman. *Moderní marketingový výzkum*. Praha : Grada Publishing, a.s., 2005. 280 s. ISBN 80-247-0966-X.
- [6] MARVANOVÁ, Marie, HOUDA, Martin. *Platební styk : Platební a zajišťovací instrumenty ve vnitřním a zahraničním obchodě*. 3. rozš. vyd. Brno : ECON, 1995. 376 s. ISBN 80-901627-2-X.
- [7] MERVART, Josef. *České banky : v kontextu světového vývoje*. Praha : Lidové noviny, 1998. 168 s. ISBN 80-7106-236-7.
- [8] PÁNEK, D. *Bankovní regulace a dohled*. Brno : Masarykova univerzita, 2005. 50 s. ISBN 80-210-3660-5
- [9] PŘÁDKA, M., KALA, J. *Elektronické bankovníctví: rady a tipy*. 1.vyd. Praha : Computer Press, 2000, ISBN 80-7226-328-5
- [10] PŮLPÁNOVÁ, Stanislava. *Komerční bankovníctví v České Republice*. 1. vyd. Praha : Oeconomica, 2007. 338 s. ISBN 978-80-245-1180-1, str. 113 – 114.
- [11] SPÁČIL, V. *Sylaby z business marketingu*. Ostrava: Reponis, 2001, ISBN: 80-86122-76-X
- [12] VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb - efektivně a moderně*. Praha : Grada Publishing, a.s., 2008. 232 s. Manažer. ISBN 978-80-247-2721-9.

### Tištěná periodika

- [13] PRAŽÁK, Bořivoj. Platební styk pohledem podniků. *Bankovníctví : Komerční bankovníctví*. 16.11.2007, roč. 2007, č. 11, s. 25.
- [14] SOCHOR, Jan. Firmy z burzy vyplatí 66 miliard korun. *Hospodářské noviny : Finanční noviny*. 16.4.2009, roč. 13, č. 74, s. 19.
- [15] ZATLOUKAL, J., *Přehled běžných účtů*, Magazín Osobní finance, 02/2008, s. 36

### Elektronické zdroje

- [16] ANTOŠ, Ondřej. *Speciální úvěry pro podnikatele* [online]. 2005 [cit. 2009-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.mesec.cz/clanky/specialni-uvery-pro-podnikatele-c/>>.



- [17] FIALOVÁ, Běla. *Nové bankovní trendy: Nespoříme, úvěrujeme* [online]. 2006 [cit. 2009-03-10]. Dostupný z WWW: <[http://finance.idnes.cz/nove-bankovni-trendy-nesporime-uverujeme-fi1-/bank.asp?c=A060531\\_122457\\_fi\\_osobni\\_fib](http://finance.idnes.cz/nove-bankovni-trendy-nesporime-uverujeme-fi1-/bank.asp?c=A060531_122457_fi_osobni_fib)>.
- [18] HRABAL, Z. Pasivní bankovní obchody. *www.znalectvi.net* [online]. 2008 [cit. 2009-02-02]. Dostupný z www: <<http://www.znalectvi.net/index63.html>>
- [19] KRUPOVÁ, Petra. *Vývoj kurzu amerického dolaru* [online]. 2008 [cit. 2009-03-26]. Dostupný z WWW: <<http://www.natland.cz/odborne-clanky-detail/?aid=272&mid=264>>.
- [20] MORÁVEK, Daniel. *Krize od počátku až do současnosti* [online]. 2008 [cit. 2009-03-20]. Dostupný z WWW: <<http://www.podnikatel.cz/clanky/krize-od-pocatku-az-do-soucasnosti/>>.
- [21] VOGELTANZ, Antonín. *Bezpečnost podnikání a ochrana dat* [online]. Bankovní institut vysoká škola, a.s., 2005 [cit. 2009-03-21]. Dostupný z WWW: <<http://bivs.as4u.cz/cs/materialy-k-vyuce/bezpecnost-podnikani-a-ochrana-dat.html>>.
- [22] ZÁMEČNÍK, Petr, KRČMÁŘ, Petr. *Analýza zabezpečení internetového bankovníctví v České republice* [online]. InternetInfo, s.r.o., 2005 [cit. 2009-03-19]. Dostupný z WWW: <[http://i.info.cz/urs-att/Mesec.cz-studie\\_int.bankovnictvi-112002647608700.pdf](http://i.info.cz/urs-att/Mesec.cz-studie_int.bankovnictvi-112002647608700.pdf)>.
- [23] ZÁMEČNÍK, Petr. *Podnikatelé: Zrušte bankovní poplatky!* [online]. 2007 [cit. 2009-03-22]. Dostupný z WWW: <<http://www.mesec.cz/clanky/podnikatele-zruste-bankovni-poplatky/>>.
- [24] *Co byste měli vědět o elektronickém bankovníctví* [online]. PdMEDIA, s.r.o., c2003-2009 [cit. 2009-03-20]. Dostupný z WWW: <<http://www.zlatakoruna.info/clanky/21-2-elektronicke-bankovnictvi/14561-co-byste-meli-vedet-o-elektronickem-bankovnictvi>>.
- [25] *Druhy platebních karet a zúčtování* [online]. c2000-2009 [cit. 2009-03-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.finance.cz/bankovnictvi/informace/platebni-karty/druhy-karet-zuctovani/>>.
- [26] *GSM a WAP banking* [online]. c1996-2007 [cit. 2009-03-20]. Dostupný z WWW: <<http://www.sfinance.cz/osobni-finance/informace/prime-bankovnictvi/internetbanking-homebanking/>>.
- [27] *O ČNB* [online]. Česká národní banka, c2003-2009 [cit. 2009-03-22]. Dostupný z WWW: <[http://www.cnb.cz/cs/o\\_cnb/](http://www.cnb.cz/cs/o_cnb/)>.
- [28] *Ostatní* [online]. Česká národní banka, c2003-2009 [cit. 2009-03-22]. Dostupný z WWW: <[http://www.cnb.cz/cs/legislativa/predpisy\\_bd/ostatni/index.html](http://www.cnb.cz/cs/legislativa/predpisy_bd/ostatni/index.html)>.
- [29] *Podnikatelský účet: co nabízí banky* [online]. 2005 [cit. 2009-01-11]. Dostupný z WWW: <[http://finance.idnes.cz/fi\\_blind.asp?r=fi\\_osobni&c=A051026\\_144953\\_fi\\_osobni\\_zal](http://finance.idnes.cz/fi_blind.asp?r=fi_osobni&c=A051026_144953_fi_osobni_zal)>.
- [30] *Podniky - Vše, co KB nabízí - Dokumentární akreditiv* [online]. Komerční banka, a.s., 2006 [cit. 2009-03-02]. Dostupný z WWW: <[http://www.kb.cz/cs/seg/seg4/products/documentary\\_letter\\_credit.shtml](http://www.kb.cz/cs/seg/seg4/products/documentary_letter_credit.shtml)>.
- [31] *PROFIL ZEMĚ - Česká republika* [online]. [2008] [cit. 2009-03-15]. Dostupný z WWW: <[http://www.bankovnikarty.cz/web\\_sbk/czech/menu/profil\\_cz.htm](http://www.bankovnikarty.cz/web_sbk/czech/menu/profil_cz.htm)>.
- [32] *Příkaz k úhradě* [online]. CZI, s.r.o., [2007] [cit. 2009-03-14]. Dostupný z WWW: <<http://financnivzdelavani.webmagazine.cz/webmagazine/page.asp?idk=312>>.

- [33] *Půjčky a úvěry - úvěrová smlouva* [online]. c2000-2009 [cit. 2009-03-24]. Dostupný z WWW: <<http://www.finance.cz/bankovnictvi/informace/uvery-a-pujcky/smlouva/>>.
- [34] *Vývoj zahraničního obchodu v roce 2008* [online]. Český statistický úřad, 2009 [cit. 2009-03-21]. Dostupný z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/ainformace/7553003F0498>>.
- [35] *Zaměstnanost a nezaměstnanost podle výsledků VŠPS* [online]. Český statistický úřad, 2009, 4.2. 2009 [cit. 2009-03-15]. Dostupný z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/zam\\_vsps](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/zam_vsps)>.

## Seznam zkratek

aj.	a jiné
apod.	a podobně
a.s.	akciová společnost
atd.	a tak dále
č.	číslo
ČNB	Česká národní banka
ČR	Česká republika
ČSOB	Československá obchodní banka
ČSÚ	Český statistický úřad
DPH	daň z přidané hodnoty
EU	Evropská unie
FED	Federal Reserve System – americká centrální banka
GSM	Groupe Spécial Mobile
HDP	hrubý domácí produkt
KB	Komerční banka
Kč	koruna česká
MF	Ministerstvo financí
mil.	milion
mld.	miliarda
např.	například
OR	obchodní rejstřík
OSVČ	osoba samostatně výdělečně činná
PPP	Purchasing Power Parity
PPS	Purchasing Power Standard
tzn.	to znamená
tzv.	takzvaný
WAP	Wireless Application Protocol

## Seznam tabulek

Tabulka 2-1 Věková struktura obyvatel České republiky .....	5
Tabulka 2-2 Životní úroveň.....	6
Tabulka 2-3 Počet podniků podle právní formy.....	6
Tabulka 2-4 HDP .....	7
Tabulka 2-5 Obecná míra nezaměstnanosti .....	7
Tabulka 2-6 Kurz CZK/EUR a CZK/USD .....	9
Tabulka 2-7 Kurz CZK/EUR a CZK/USD .....	9
Tabulka 2-8 Vzdělanostní struktura obyvatel .....	12
Tabulka 3-1 Rozdělení trhů.....	15
Tabulka 4-1 Počty zaměstnanců v podnicích podle krajů.....	25
Tabulka 4-2 Rozpočet výzkumu .....	26
Tabulka 4-3 Harmonogram činností .....	26
Tabulka 5-1 Počet poboček a bankomatů .....	28
Tabulka 5-2 Měsíční bankovní poplatky za daný účet.....	28
Tabulka 5-3 Elektronické bankovníctví .....	29
Tabulka 5-4 Zabezpečení internetového bankovníctví .....	29
Tabulka 5-5 Poskytování úvěrů a kontokorentu .....	29
Tabulka 5-6 Statistické ukazatele otázky č. 6 .....	35

## Seznam grafů

Graf 2-1 Míra inflace.....	8
Graf 2-2 Obchodní bilance .....	9
Graf 2-3 Počet klientů bank v procentech .....	13
Graf 5-1 Zastoupení respondentů podle oblasti podnikání .....	30
Graf 5-2 Zastoupení respondentů podle počtu zaměstnanců .....	31
Graf 5-3 Vyhodnocení otázky č. 2 .....	31
Graf 5-4 Vyhodnocení otázky č. 3 .....	32
Graf 5-5 Vyhodnocení otázky č. 4 .....	33
Graf 5-6 Vyhodnocení otázky č. 5 .....	34
Graf 5-7 Důvody výběru Komerční banky .....	36
Graf 5-8 Hodnocení faktorů Komerční banky .....	36
Graf 5-9 Důvody výběru ČSOB.....	37
Graf 5-10 Hodnocení faktorů ČSOB.....	37
Graf 5-11 Hodnocení faktorů UniCredit Bank.....	38
Graf 5-12 Důvody výběru Raiffeisenbank .....	39
Graf 5-13 Hodnocení faktorů Raiffeisenbank .....	39
Graf 5-14 Hodnocení faktorů Citibank .....	40
Graf 5-15 Důvody výběru GE Money Bank .....	40
Graf 5-16 Hodnocení faktorů GE Money Bank .....	41
Graf 5-17 Hodnocení faktorů Volksbank.....	41
Graf 5-18 Důvody výběru České spořitelny .....	42
Graf 5-19 Hodnocení faktorů České spořitelny .....	42

## Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámen(a) s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že jeden výtisk bakalářské práce bude uložen v Ústřední knihovně VŠB-TUO k prezenčnímu nahlédnutí a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne .....

.....  
Daniela Holubová

Adresa trvalého pobytu studenta:

.....

## **Seznam příloh**

Příloha č. 1 – charakteristika jednotlivých bank

Příloha č. 2 – dotazník

Příloha č. 3 – počty jednotek v registru ekonomických subjektů podle převažující činnosti a vybraných právních forem

Příloha č. 4 – grafy z výzkumu, kontingenční tabulka spokojenost x doporučení profilu účtu

Příloha č. 5 – tabulky s výší poplatků a úroků

Příloha č. 6 – grafy z výzkumu podle jednotlivých bank

Příloha č. 7 – elektronické bankovníctví

Příloha č. 8 – internetové stránky Citibank

## **Příloha č. 1**

### **Komerční banka, a.s.**

Komerční banka vznikla v roce 1990, kdy se vyčlenila z bývalé Státní banky československé. Základní kapitál banky v roce 1994 činil 9,502 miliardy Kč (zdroj [www.kb.cz](http://www.kb.cz)). V říjnu 2001 uvedla svou novou firemní identitu a s ní i novou strategii a stala se součástí mezinárodní skupiny Sociétés Générale v úseku mezinárodního retailového bankovníctví. Komerční banka má v ČR 386 poboček, 661 bankomatů, 35 specializovaných business center pro střední podniky a 4 centra pro podniky velké. Zaměstnává 8534 zaměstnanců (údaje z roku 2007).<sup>5</sup>

Finanční skupina KB je tvořena devíti dceřinými společnostmi, z toho v osmi vlastní nadpoloviční podíl, v deváté vlastní 49 %.

Komerční banka poskytuje komplexní služby drobného, podnikového a investičního bankovníctví. Pro potřeby podnikatele nabízí několik programů: Program DUO, Efekt Start, Efekt, Komfort a klasický běžný účet v české nebo cizí měně, z nichž jsem pro analýzu vybrala balíček Efekt.

Balíček je určen právě podnikatelům a menším firmám, obsahuje běžný účet s možností čerpání debetu, službu přímého bankovníctví s pěti bezplatnými příchozími a odchozími transakcemi. Výhody balíčku: ovládání účtů pomocí přímého bankovníctví, individuální obsluhu bankovním poradcem, zasílání informací o účtu formou SMS, e-mailu nebo faxu, povolený debet až 3 mil. Kč, služební mezinárodní platební kartu Dynamic Card.

### **Československá obchodní banka, a.s. (ČSOB)**

Byla založena v roce 1964 jako banka pro poskytování služeb v oblasti financování zahraničního obchodu a volnoměnových operací. V červnu 1999 byla privatizována, majoritním vlastníkem se stala KBC Bank z Belgie. Roku 2000 převzala Investiční a poštovní banku. V retailovém bankovníctví v ČR působí pod dvěma značkami: ČSOB a Poštovní spořitelna. Základní kapitál je ve výši 5,855 miliard Kč (zdroj [www.csob.cz](http://www.csob.cz)).

V ČR se nachází 333 poboček ČSOB, dalších 32 finančních center Poštovní spořitelny a 3350 obchodních míst České pošty. Ve službách této banky je zaměstnáno 6887 zaměstnanců.

---

<sup>5</sup> Seznam, Komerční banka [online], [cit. 2008-11-26]. Dostupný na <[www.kb.cz](http://www.kb.cz)>

Skupina ČSOB je součástí mezinárodní bankopojišťovací Skupiny KBC se sídlem v Belgii. Pod skupinu ČSOB patří již výše uvedená Poštovní spořitelna, Hypoteční banka a ČMSS (Českomoravská stavební spořitelna).

Pro podnikatele nabízí Podnikatelské konto, Firemní konto a Obchodní konto, z nichž jsem vybrala Podnikatelské konto, které je určeno podnikatelům a menším firmám. Konto nabízí běžný účet v korunách, mezinárodní platební kartu VISA Electron, zvolené přímé bankovníctví a čerpání debetu podle možností klienta.

Výhody konta: 10 elektronických plateb zdarma, povolený debet od 20 tisíc až do 5 mil. Kč, 5 příchozích plateb zdarma, přehled o dění na účtu prostřednictvím SMS nebo e-mailu, zdarma mezinárodní platební karta.

### **UniCredit Bank Czech Republic, a.s.**

Banka má dominantní postavení ve střední a východní Evropě. Vznikla v roce 2007 integrací HVB Bank a Živnostenské banky. Základní kapitál činí 5,125 miliard Kč (zdroj [www.unicreditbank.cz](http://www.unicreditbank.cz) – výroční zpráva za rok 2007). UniCredit Bank zaměstnává 1568 zaměstnanců.

Nejvíce poboček této banky je Praze, celkem 24, ostatních poboček ve větších městech je 36. UniCredit Bank má celkem 61 bankomatů, převážně v Praze.

Skupina UniCredit Group patří k největším finančním skupinám v Evropě. Bylo sloučeno devět italských bank, následovala integrace s německou skupinou HVB a další italskou bankou Capitalia.

Podnikatelům nabízí BUSINESS Konto nebo klasický běžný účet, provozní, investiční a hypoteční úvěry a bankovní záruky, z kont jsem vybrala BUSINESS Konto 20.

BUSINESS Konto 20 je určeno opět podnikatelům a menším firmám. Nabízí běžný účet v korunách, otevření provozního úvěru, zdarma měsíční výpis z účtu, internetové bankovníctví a elektronickou debetní kartu VISA Professional. Výhody konta: neomezené výběry z bankomatů UniCredit Group v ČR i zahraničí, neomezený počet elektronických tuzemských transakcí, kvalifikovaný osobní bankéř, založení provozního úvěru zdarma.



### **Raiffeisenbank, a.s.**

Bankovní služby v České Republice poskytuje od roku 1993. V letních měsících letošního roku byla dokončena integrace s eBankou, která započala již roku 2006. Základní kapitál banky je ve výši 4,889 miliard Kč (zdroj [www.rb.cz](http://www.rb.cz) – pololetní zpráva 2008).

RZB Group a Raiffeisen je řízena vídeňskou Raiffeisen Zentralbank Österreich AG (RZB). Do finanční skupiny Raiffeisen patří Raiffeisen Leasing, s.r.o., Raiffeisen stavební spořitelna a UNIQA pojišťovna, a.s.

Na území ČR má Raiffeisenbank okolo 183 poboček a asi 103 bankomatů. Banka zaměstnává přes 1100 zaměstnanců.

Podnikatelům je určen běžný korunový účet, Podnikatelské eKonto a Profikonto, z nichž jsem dále vybrala Podnikatelské eKonto, které dříve nabízela eBanka.

Podnikatelské eKonto je určeno taktéž podnikatelům a menším firmám, nabízí běžný účet v korunách, ostatní služby si zvolí klient. Výhody: klient platí jen za služby, které si sám zvolí, věrnostní výhody (čím více služeb klient využívá, tím menší poplatky platí), možnost spoření na spořicímu účtu, až 10 měn na jednom účtu, možnost povoleného debetu až 3 mil. Kč, zvolené přímé bankovníctví.

### **Citibank Europe plc, organizační složka**

V České Republice působí již 17 let (od roku 1991) a má velmi silné know-how. Na trh retailového bankovníctví vstoupila v roce 2001. Základní kapitál banky činí 8,441 miliard Kč.

Finanční skupina Citi, jíž je banka součástí, působí ve více než 100 zemích světa, patří pod ni právě Citibank, CitiFinancial, Primerica, Citi Smith Barney a Banamex.

Banka zaměstnává asi 893 zaměstnanců, na území ČR se nachází asi 12 poboček, 127 bankomatů a jedno Citigold centrum, které běžné bankovní a pokladní služby neposkytuje.

Podnikatelé si u této banky mohou zřídit běžný účet Citibusiness (možnost Standard, Premium a Euro), nebo požádat o balíček CitiGold, který je určen velmi náročným klientům.

Citibusiness Standard je určen především pro společnosti s nižším počtem bankovních transakcí. Nabízí zdarma měsíční výpis z účtu, platební kartu a věrnostní úvěr.

### **GE Money Bank, a.s.**

Tato banka je součástí diverzifikované společnosti General Electric (GE), je její dceřinou společností. Byla založena v USA v roce 1892 a má dlouholetou tradici. Základní kapitál je výši 510 miliónů Kč (zdroj [www.gemoney.cz](http://www.gemoney.cz) – Hospodářské výsledky za 3. čtvrtletí).

V České republice působí tři divize GE Money: GE Money Bank, GE Money Multiservis a GE Money Auto.

Zákazníci mohou využít služeb 218 poboček a 557 bankomatů. Banka zaměstnává 2299 zaměstnanců (údaje za rok 2007).

Podnikatelům jsou určeny běžné podnikatelské účty a balíčky Genius Business Active/Active + a Genius Business Aktive 10/50/50+/200.

Vybrala jsem účet Genius Business Active, hlavními výhodami jsou: zdarma neomezené výběry z bankomatů GE Money Bank v ČR, neomezené množství elektronických transakcí, odměny za platby platební kartou ve výši 0,5 % z objemu plateb, kontokorentní úvěr až 1,5 mil. Kč, služby přímého bankovníctví, 2 platební karty Maestro.

### **Volksbank CZ, a.s.**

Působí na českém trhu od roku 1993. Jejím hlavním akcionářem je Volksbank International AG. Celková výše základního kapitálu banky činí 2,005 miliard Kč (zdroj [www.volksbank.cz](http://www.volksbank.cz) – výroční zpráva k 30. září 2008).

Zaměstnává asi 645 zaměstnanců. Na území ČR je celkem 59 bankomatů a 38 poboček, centrála Volksbank se nachází v Praze.

Finanční skupina Volksbank má tři členy: VB Leasing, VICTORIA-VOLKSBANKEN pojišťovna a Immoconsult Praha.

Pro malé a střední podnikatele nabízí běžný firemní účet a speciální balíčky Volksbank PROFIT konto nebo Volksbank EXPERT konto.

Dále jsem vybrala EXPERT konto, které je určeno právě malým a středním firmám a podnikatelům. Nabízí běžný účet v korunách i cizí měně, služební platební kartu dle výběru klienta, zvolené přímé bankovníctví, kontokorentní úvěr do výše 1 mil. Kč. Výhodou je možnost dokoupení dalších služeb do konta, zdarma pro osobní finance STYL konto.

## **mBank**

Banka vstoupila na český trh v roce 2007. Není u nás velmi rozšířená, má jen 9 finančních center a 17 kiosků, kde klienti najdou terminály s přístupem na internet k obsluze svých účtů, telefony se spojením na call centrum a finanční poradce.

Banka je součástí BRE Bank SA náležící skupině Commerzbank, která byla založena roku 1870 v Německu. BRE Bank právě prostřednictvím mBanky vstoupila na trh retailového bankovníctví. Podnikatelům (pouze fyzickým osobám) jsou určeny mBUSINESS KONTO a mBUSINESS eMAX doplňující mBUSINESS KONTO, další rozšíření balíčků pro právnické osoby je ve fázi plánování.

Konto je tedy určeno pouze podnikatelům (fyzickým osobám), výhodou je velké množství služeb zdarma, např. správa účtu, platební karta VISA Business Electron, všechny příchozí platby, odchozí platby v rámci mBank, výběry z bankomatů v zahraničí.

## **Česká spořitelna, a.s.**

Česká spořitelna má v České republice již dlouholetou tradici, vznikla v roce 1826 jako Spořitelna česká. V roce 1992 se z ní stala Česká spořitelna, a.s. V červenci roku 2001 dokončila svou transformaci zaměřenou na zlepšení bankovních služeb. Je členem skupiny Erste Group, jež se podílí na základním kapitálu 98 procenty. Výše základního kapitálu činí 55,576 miliard Kč.<sup>6</sup>

Má celkem 10 775 zaměstnanců. Klienti mohou využít 642 poboček a 1141 bankomatů.

Malí a střední podnikatelé si mohou vybrat z těchto produktů: klasický běžný účet, Program PROFIT, Program PROFIT light.

Vybrala jsem Program PROFIT, který je určen podnikatelům a malým firmám a nabízí běžný účet v české měně, služební platební kartu dle výběru, službu přímého bankovníctví, kontokorentní úvěr ve výši až 1 mil. Kč, zdarma správu a vedení dalších běžných účtů v cizích měnách.

---

<sup>6</sup> [http://www.csas.cz/banka/content/inet/internet/cs/VZ\\_2007.pdf](http://www.csas.cz/banka/content/inet/internet/cs/VZ_2007.pdf)

## Příloha č. 2

### Dotazník

Vážení respondenti,

jsem studentkou 3. ročníku na VŠB-TU Ostrava, Ekonomická fakulta, obor Marketing a obchod. V současnosti pracuji na bakalářské práci týkající se **analýzy bankovních produktů pro malé a střední podnikatele**. Touto cestou bych Vás chtěla požádat o **vyplnění dotazníku**, který je zcela **anonymní** a údaje v něm uvedené budou použity jen pro účely bakalářské práce.

**Pokud není uvedeno jinak, zaškrtněte jen jednu odpověď.**

#### 1. Máte založený účet?

- 1.1 Ano ☐  
1.2 Ne ☐ (přejděte prosím na otázku č. 13)

#### 2. U jaké banky máte založený účet? (máte-li více účtů, označte prosím banku, kterou nejčastěji využíváte)

- 2.1 Komerční banka ☐  
2.2 ČSOB ☐  
2.3 Unicredit Bank ☐  
2.4 Raiffasen Bank ☐  
2.5 Citibank ☐  
2.6 GE Money Bank ☐  
2.7 Volksbank ☐  
2.8 mBank ☐  
2.9 Česká spořitelna ☐  
2.10 Jiná: ☐

#### 3. Co Vás nejvíce ovlivnilo při výběru banky?

- 3.1 Výše bankovních poplatků ☐  
3.2 Množství poboček a bankomatů ☐  
3.3 Snadnější přístup k úvěrům a kontokorentu ☐  
3.4 Stabilita banky ☐  
3.5 Přístup k elektronickému bankovníctví ☐  
3.6 Doporučení ☐  
3.7 Jiné: ☐

#### 4. Co Vám nejvíce vadí na Vašem účtu?

- 4.1 Poplatky za připsané platby ☐  
4.2 Poplatky za výběr z „vlastního“ bankomatu ☐  
4.3 Poplatky za výběr z bankomatu „cizí“ banky ☐  
4.4 Poplatky za nadměrný výběr a vklad u přepážky ☐  
4.5 Úroky ☐  
4.6 Jiné: ☐

#### 5. Jak jste spokojeni s Vaší bankou celkově?

- 5.1 Velmi spokojen ☐  
5.2 Spíše spokojen ☐  
5.3 Spíše nespokojen ☐  
5.4 Velmi nespokojen ☐

**6. Ohodnoťte prosím jednotlivé faktory jako ve škole (1 nejlepší, 5 nejhorší, N – nedovedu posoudit):**

6.1	Poplatky	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>	N	<input type="checkbox"/>
6.2	Personál banky	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>	N	<input type="checkbox"/>
	Internetové služby:												
6.3	Funkčnost	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>	N	<input type="checkbox"/>
6.4	Zabezpečení	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>	N	<input type="checkbox"/>
	Úvěrové produkty:												
6.5	Nabídka úvěrů	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>	N	<input type="checkbox"/>
6.6	Podmínky získání úvěru	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>	N	<input type="checkbox"/>
6.7	Úroková sazba	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>	N	<input type="checkbox"/>
6.8	Schvalovací procedury	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>	N	<input type="checkbox"/>

**7. Jak často vybíráte peníze z „vlastního“ bankomatu?**

7.1	Více než jednou denně	<input type="checkbox"/>
7.2	Denně	<input type="checkbox"/>
7.3	Více než jednou týdně	<input type="checkbox"/>
7.4	Týdně	<input type="checkbox"/>
7.5	Více než jednou měsíčně	<input type="checkbox"/>
7.6	Jednou měsíčně	<input type="checkbox"/>
7.7	Méně často.	<input type="checkbox"/>

**8. Jak často vybíráte peníze z „cizího“ bankomatu?**

8.1	Více než jednou denně	<input type="checkbox"/>
8.2	Denně	<input type="checkbox"/>
8.3	Více než jednou týdně	<input type="checkbox"/>
8.4	Týdně	<input type="checkbox"/>
8.5	Více než jednou měsíčně	<input type="checkbox"/>
8.6	Jednou měsíčně	<input type="checkbox"/>
8.7	Méně často.	<input type="checkbox"/>
8.8	Vůbec	<input type="checkbox"/>

**9. Jak často vybíráte peníze u bankovní přepážky?**

9.1	Více než jednou denně	<input type="checkbox"/>
9.2	Denně	<input type="checkbox"/>
9.3	Více než jednou týdně	<input type="checkbox"/>
9.4	Týdně	<input type="checkbox"/>
9.5	Více než jednou měsíčně	<input type="checkbox"/>
9.6	Jednou měsíčně	<input type="checkbox"/>
9.7	Méně často.	<input type="checkbox"/>

**10. Jak často využíváte internetové bankovníctví?**

10.1	Více než jednou denně	<input type="checkbox"/>
10.2	Denně	<input type="checkbox"/>
10.3	Více než jednou týdně	<input type="checkbox"/>
10.4	Týdně	<input type="checkbox"/>
10.5	Více než jednou měsíčně	<input type="checkbox"/>
10.6	Jednou měsíčně	<input type="checkbox"/>
10.7	Méně často.	<input type="checkbox"/>
10.8	Vůbec	<input type="checkbox"/>

**11. Jak často využíváte operátora na telefonu?**

- 11.1 Více než jednou denně ☐
- 11.2 Denně ☐
- 11.3 Více než jednou týdně ☐
- 11.4 Týdně ☐
- 11.5 Více než jednou měsíčně ☐
- 11.6 Jednou měsíčně ☐
- 11.7 Méně často. ☐
- 11.8 Vůbec ☐

**12. Doporučil/a byste Váš profil účtu svým známým?**

- 12.1 Ano ☐
- 12.2 Ne ☐

**13. Kolik máte zaměstnanců?**

- 13.1 0 – 10 zaměstnanců ☐
- 13.2 11 – 50 zaměstnanců ☐
- 13.3 51 – 250 zaměstnanců ☐
- 13.4 více než 250 zaměstnanců ☐

**14. V jaké oblasti podnikáte?**

- 14.1 Výroba, stavebnictví ☐
- 14.2 Poskytování služeb ☐
- 14.3 Zemědělství ☐

**15. Chcete ještě něco dodat?**

Děkuji Vám za ochotu a čas, který jste věnoval/a vyplnění dotazníku. Po zaslání vyplněného dotazníku se po zpracování dat v případě Vašeho zájmu s Vámi podělím o výsledky výzkumu.

S přáním příjemného dne

Daniela Holubová

## Příloha č. 3

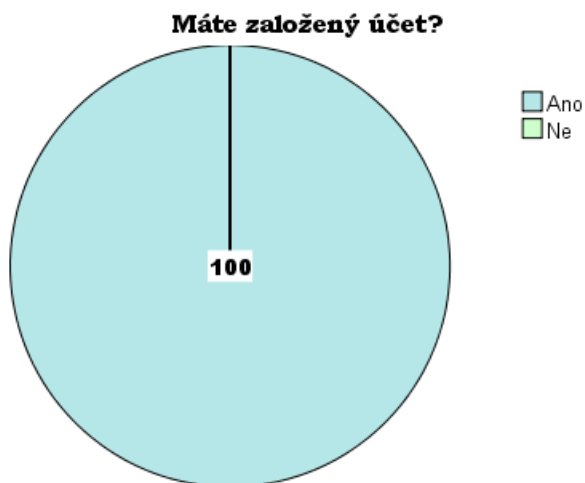
### Počty jednotek v registru ekonomických subjektů podle převažující činnosti a vybraných právních forem

stav k 31.12.2008

Převažující činnost (Kategorie a subkategorie OKEČ)	Celkem		z toho vybrané právní formy						
			Soukromí podnikatelé		Obchodní společnosti		Družst.	Státní pod.	
	Abs.	V %	Celkem	Z toho zaps. v obchod. rejstříku	Celkem	z toho			
						akciové společ.			společ. s r. o.
A Zemědělství a myslivost, lesní hospodářství	142 683	5,59	125 104	202	4 962	836	4 002	1 553	36
B Rybolov, chov ryb, přidružené činnosti v rámci rybolovu	719	0,03	647	1	65	11	52	0	0
Celkem primární sektor	143 402								
C Dobývání nerostných surovin v tom	611	0,02	190	7	326	62	259	3	8
CA Dobývání energetických surovin	110	0,00	19	1	69	17	51	1	6
CB Dobývání ostatních nerostných surovin	501	0,02	171	6	257	45	208	2	2
D Zpracovatelský průmysl v tom	314 485	12,32	269 258	2 083	35 817	2 897	31 793	668	92
DA Průmysl potravin a pochutin	14 609	0,57	10 544	244	3 375	509	2 749	78	17
DB Textilní a oděvní průmysl	33 901	1,33	30 977	179	2 141	160	1 892	85	6
DC Kožedělný průmysl	2 028	0,08	1 664	8	315	22	285	15	1
DD Dřevozpracující průmysl	54 698	2,14	50 138	259	3 403	124	3 136	74	5
DE Papírenský a polygrafický průmysl, vydavatel. činnosti	23 474	0,92	18 774	104	4 309	287	3 915	29	13
DF Koks., raf.zprac.ropy, výr.jader.paliv, radioak.prvků a sl..	48	0,00	18	0	29	9	20	0	0
DG Chemický a farmaceutický průmysl	3 541	0,14	2 582	22	906	143	744	15	2
DH Gumárenský a plastikářský průmysl	4 707	0,18	2 559	78	1 961	127	1 790	25	2
DI Průmysl skla, keramiky, porcelánu a stavebních hmot	11 710	0,46	9 786	78	1 630	162	1 416	34	5
DJ Výroba kovů a kovodělných výrobků	81 353	3,19	70 971	599	7 087	476	6 402	144	7
DK Výroba strojů a zařízení pro další výrobu	11 754	0,46	8 276	132	3 315	351	2 887	30	14
DL Výroba elektrických a optických přístrojů	46 677	1,83	40 597	196	4 341	265	3 924	40	9
DM Výroba dopravních prostředků	1 749	0,07	1 003	20	704	114	569	13	4
DN Zpracovatelský průmysl jinde neuvedený	24 236	0,95	21 369	164	2 301	148	2 064	86	7
E Výroba a rozvod elektřiny, plynu a vody	1 969	0,08	416	9	739	205	525	9	18
F Stavebnictví	298 611	11,70	250 187	2 845	23 139	960	21 073	850	38
Celkem sekundární sektor	930 772								
G Obchod, opravy motorových vozidel a spotřebního zboží	678 197	26,57	519 738	7 985	112 598	4 602	105 220	620	51
H Pohostinství a ubytování	125 072	4,90	111 883	380	11 792	409	11 047	64	26
I Doprava, skladování, pošty a telekomunikace	85 329	3,34	74 527	1 038	9 749	469	8 989	77	15
J Bankovníctví a peněžnictví	67 325	2,64	3 061	12	1 795	697	1 065	91	0
K Činn.v obl.nemov.,pronaj.movit.,služby pro podnikání,výzk.	518 274	20,31	334 638	2 519	98 724	10 658	86 021	11 272	219
L Veřejná správa, obrana, sociální zabezpečení	15 400	0,60	444	0	20	6	13	0	1
M Školství	39 481	1,55	26 554	125	2 353	55	2 203	17	0
N Zdravotnictví, veterinární a sociální činnosti	35 938	1,41	4 012	24	1 997	149	1 790	13	4
O Ostatní veřejné, sociální a osobní služby	214 595	8,41	113 308	219	6 351	649	5 499	66	18
P Domácnosti zaměstnávající personál	1	0,00	0	0	1	0	1	0	0
Q Exteritoriální organizace a spolky	176	0,01	0	0	0	0	0	0	0
Nezařazeno	13 283	0,52	11 049	50	881	35	843	35	0
Celkem terciální sektor	1 793 071								

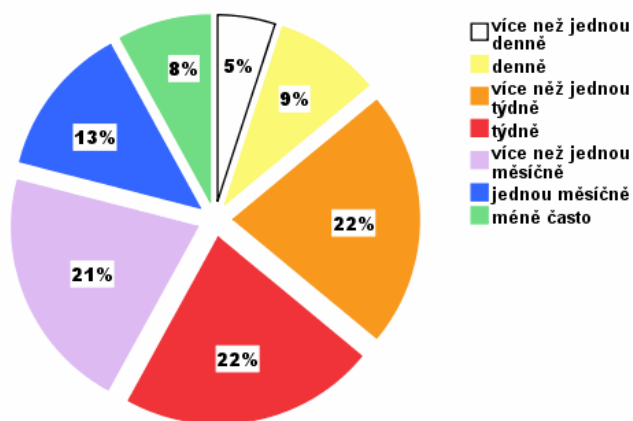
## Příloha č. 4

Graf č. 1



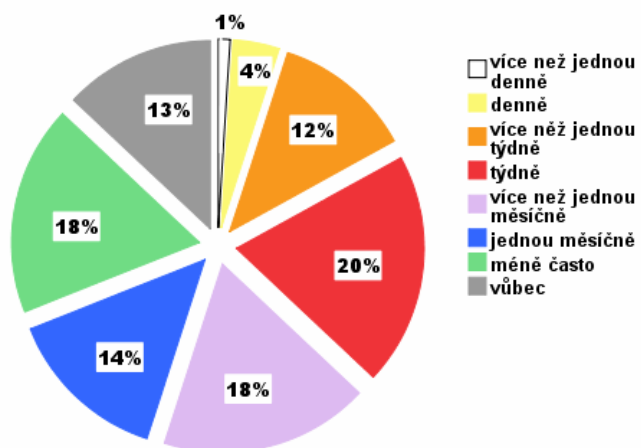
Graf č. 2

**Jak často často vybíráte peníze z "vlastního" bankomatu?**



Graf č. 3

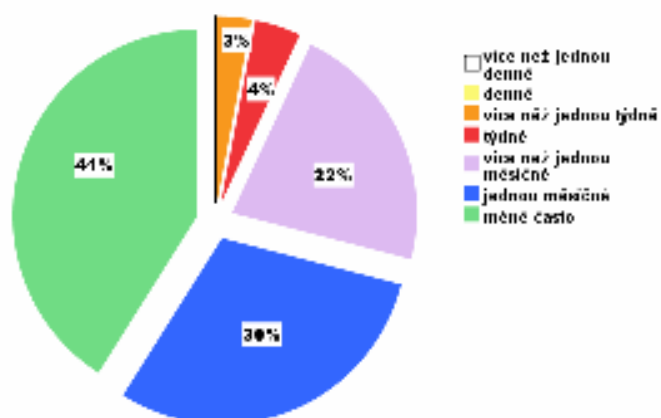
**Jak často často vybíráte peníze z "cizího" bankomatu?**





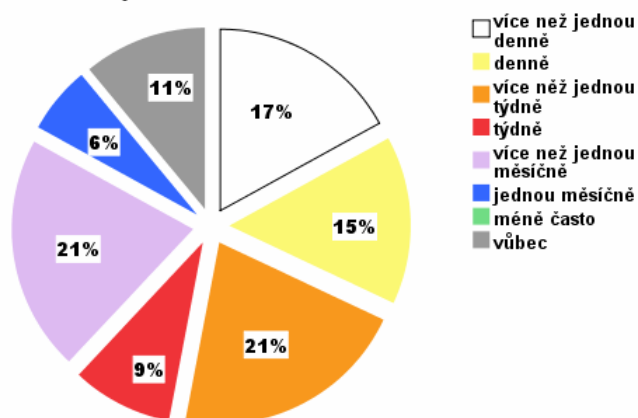
**Graf č. 4**

**Jak často často vybíráte peníze u bankovní přepážky?**



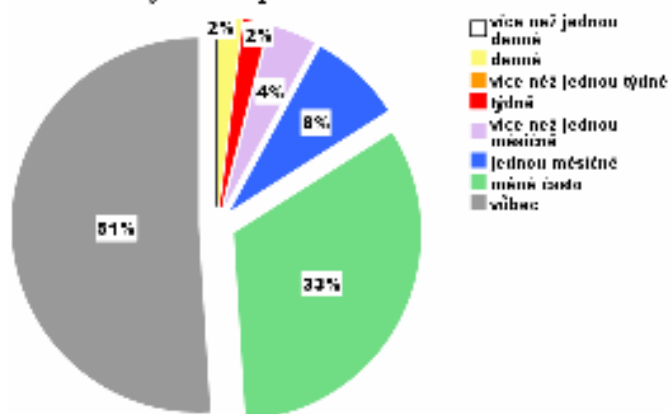
**Graf č. 5**

**Jak často využíváte internetové bankovníctví?**

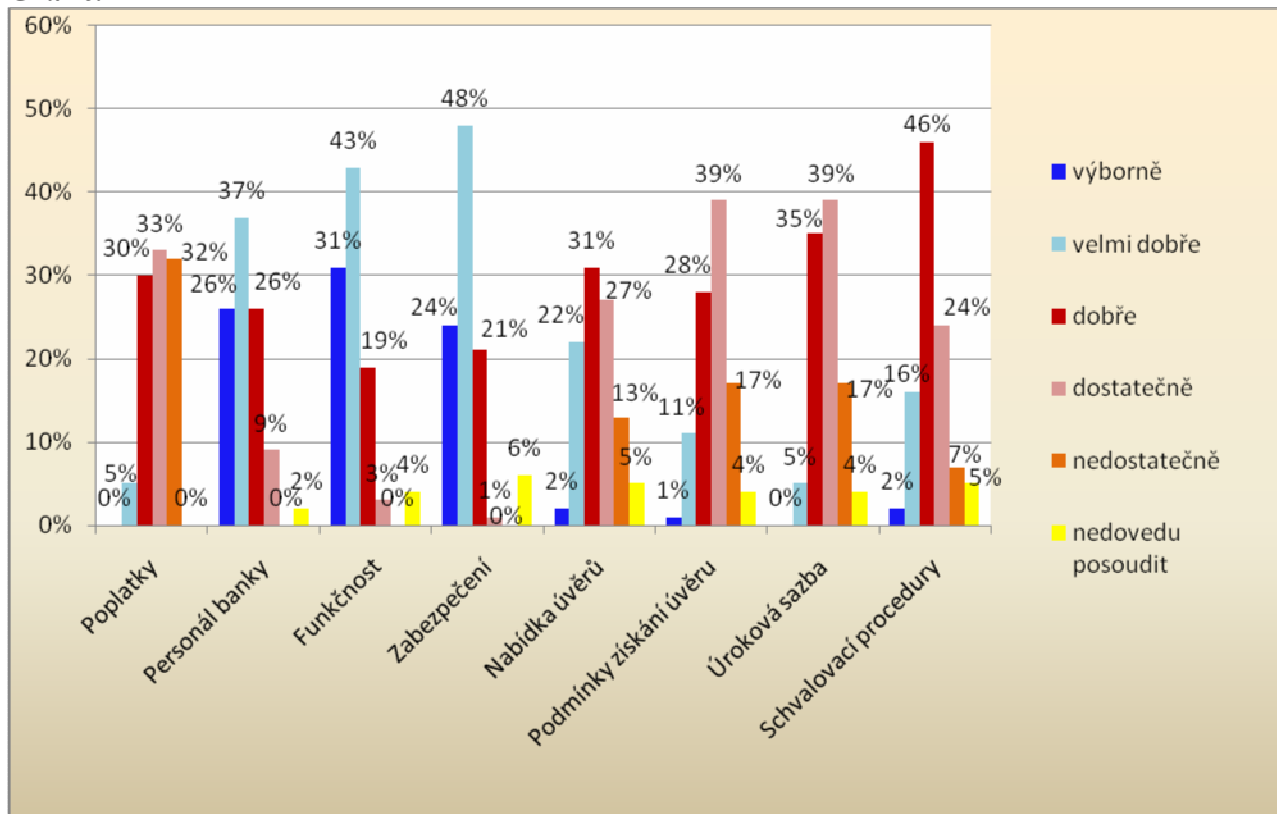


**Graf č. 6**

**Jak často využíváte operátora na telefonu?**



**Graf č. 7**



**Tabulka č. 1**

		Otázka č. 5				
		velmi spokojen	spíše spokojen	spíše nespokojen	velmi nespokojen	Celkem
Otázka č. 12	Ano	3	45	20	0	68
	Ne	0	14	17	1	32
	Celkem	3	59	37	1	100

## Příloha č. 5

**Tabulka č. 1 - výše bankovních poplatků**

Vybraný účet	Banka	Připsané platby	Výběry z „vlastního“ bankomatu	Výběry z „cizí“ banky	Výběry u přepážky	Vklad u přepážky	Měsíční vedení účtu
balíček Efekt	KB	5 x zdarma pak 5,-	1x zdarma pak 5,-	35,-	0,5% min. 500,- max. 5000,-	9,-	234,-
Podnikatelské konto	ČSOB	5x zdarma pak 6,-	6,-	30,-	30,-	6,-	115,-
mBUSINESS KONTO	mBank	0,-	3x zdarma, pak 30 Kč		30,-	nelze	0,-
BUSINESS Konto	UniCredit	20 x zdarma pak 6,-	0,-	30,-	30,-	15,-	279,-
Podnikatelské eKonto	Raiffeisenbank	*4,90/6,90	2x zdarma pak 9,90	9,90	60,- do 500 tis.	10,- do 500 tis.	140,-
Citibusiness STANDARD	Citibank	**0,-/3,50	7x zdarma pak 47,-		90,-	0	450,-
Genius Business Active	GE Money	0,-	0,-	35,-	60,-	1x zdarma pak 6,-	159,-
EXPERT konto	Volksbank	***0,-/6,-	3,-	****	30,-	10,-	249,-
Program PROFIT	Česká spořitelna	5,-	6,-	25,-	23,-	8,-	159,-

\* připsané platby z Raiffeisenbank 4,90 Kč, z ostatních bank 6,90 Kč

\*\* připsané platby z Citibank 0,-; z ostatních bank 3,50

\*\*\* připsané platby z Volksbank 0,-; z ostatních bank 6,-

\*\*\*\* z ČSOB a Poštovní spořitelny 6,-; z ostatních bank 30,-

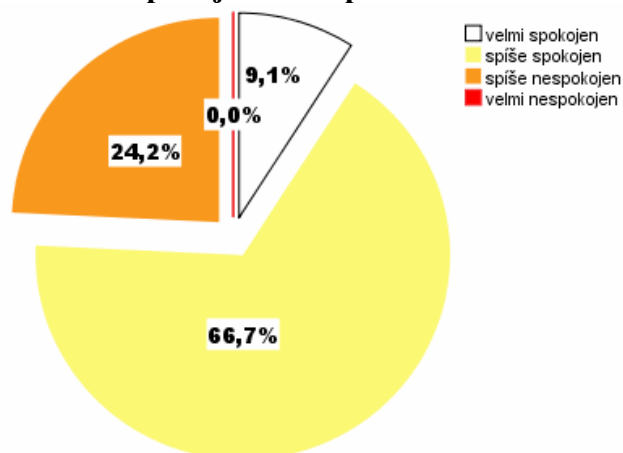
**Tabulka č. 2 – výše úroku**

Banka	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Výše úroku	0,02 %	0,01 %	0,1 – 0,5 %	0,2 %	1,8 %	0,0 %	0,2 %	1,2 %	0,1 %

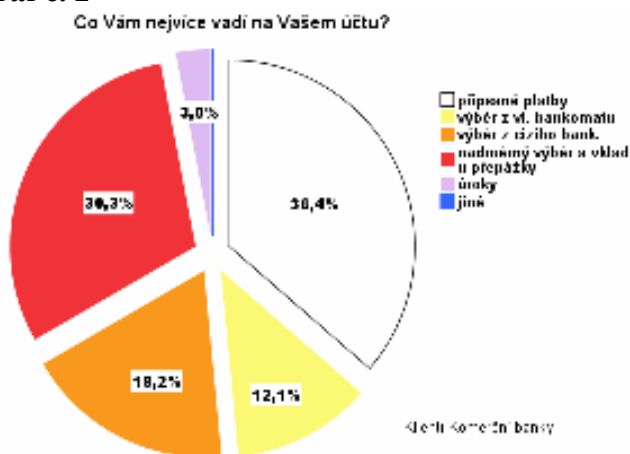
1. KB; 2. ČSOB; 3.mBank; 4. UniCredit Bank; 5. Raiffeisenbank; 6. Citibank; 7. GE Money Bank; 8. Volksbank; 9. Česká spořitelna

## Příloha č. 6

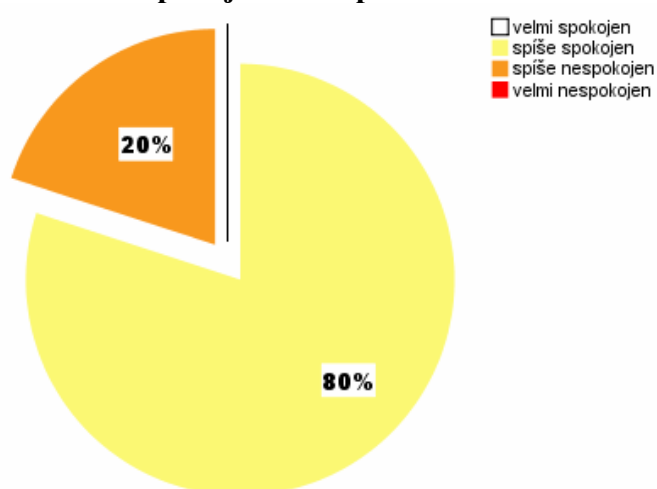
Graf č. 1 – spokojenost respondentů s Komerční bankou



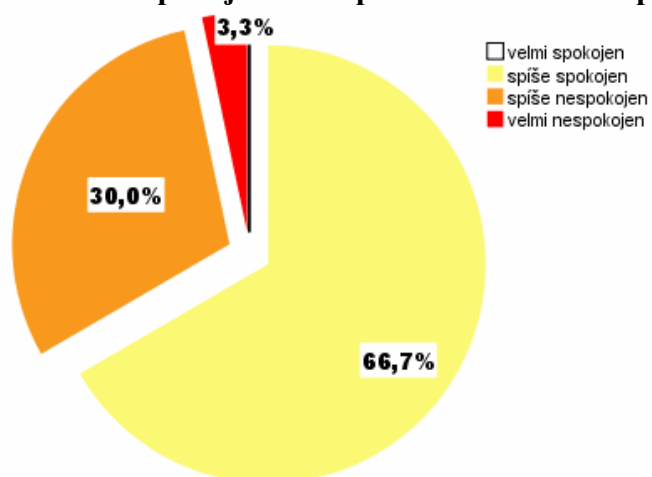
Graf č. 2



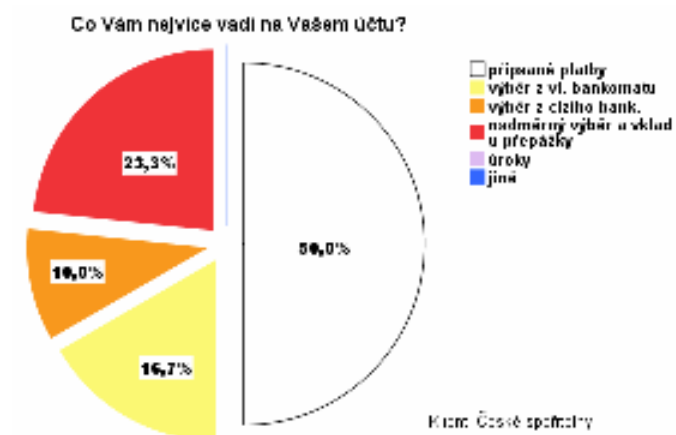
Graf č. 3 – spokojenost respondentů s ČSOB



**Graf č. 4 – spokojenost respondentů s Českou spořitelnou**



**Graf č. 5**



**Tabulka č. 1 – Klienti bank podle počtu zaměstnanců**

Count		Ot13			Total
		0-10	11-50	51-250	
Ot2	KB	24	8	1	33
	ČSOB	8	2	0	10
	UniCredit Bank	3	3	0	6
	Raiffeisenbank	2	3	1	6
	Citibank	0	1	1	2
	GE Money Bank	9	3	0	12
	Volksbank	0	1	0	1
	Česká spořitelna	22	7	1	30
Total		68	28	4	100

**Tabulka č. 2 – Klienti bank podle oblasti podnikání**

Count		Ot14			Total
		výroba, stavebnictví	poskytování služeb	zemědělství	
Ot2	KB	6	23	4	33
	ČSOB	0	10	0	10
	UniCredit Bank	1	4	1	6
	Raiffeisenbank	0	5	1	6
	Citibank	1	1	0	2
	GE Money Bank	1	11	0	12
	Volksbank	0	1	0	1
	Česká spořitelna	3	27	0	30
Total		12	82	6	100

## **Příloha č. 7**

### **Internet banking**

Přístup k internetovému bankovníctví je zabezpečen několika způsoby. Banky nabízejí čipové karty, elektronický podpisový certifikát, autorizační SMS apod.

Autentizace klienta (ověření totožnosti klienta) je nejčastěji prováděna pomocí uživatelského jména a hesla. K autorizaci platby jsou používány certifikáty, autorizační SMS a hesla. Nejbezpečnější způsob autentizace klienta mimo čipovou kartu je použití PIN kalkulátoru. [22]

### **Telebanking**

Telefonní bankovníctví patří po platební kartě k nejstarším přímým komunikačním kanálům, které se dočkali masovějšího rozšíření, a jehož prostřednictvím mají klienti bezprostřední přístup k zadávání bankovních operací, objednávání služeb či práci s účty. [9]

Umožňuje klientům komunikovat s bankou pomocí telefonu, jak pevné linky, tak mobilního, podmínkou je však tónová volba telefonu (slouží u analogových spojů pro vysílání jednotlivých číslic volby).

Zabezpečení telefonního bankovníctví je dáno zadáním PIN nebo hesla. Je možno pracovat pouze s bezhotovostním platebním stykem a banka veškerou komunikaci pro případy zneužití zaznamenává a archivuje.

### **GSM banking**

Jedná se o možnost přístupu klienta k jeho bankovnímu účtu prostřednictvím mobilního telefonu aplikací, jejíž klientská část je umístěna na SIM kartě mobilu a serverová část běží v rámci bankovního systému.

### **WAP banking**

Jedná se o službu, která umožňuje spojení s bankovním účtem prostřednictvím mobilního telefonu vybaveného technologií WAP (Wireless Application Protocol). Pomocí mobilního telefonu a autorizačního klíče se tedy mohou zadávat bance příkazy. [26]


Možnostmi a způsobem ovládání může WAP banking připomínat velmi zjednodušené internetové bankovníctví.

## **Home banking**

Homebanking umožňuje obsluhovat účet pomocí počítače připojeného k internetu a softwaru, který je dodán bankou. Homebanking umožňuje téměř všechny bezhotovostní operace s běžným účtem a nabízí nejlepší systém zabezpečení ze všech forem elektronického bankovníctví. Přihlášení do sítě banky probíhá pomocí hesla uživatele a autorizačního certifikátu. Vzájemná komunikace mezi bankou a klientem je obvykle kódována. [24]



## Příloha č. 8


United Kingdom

[Home](#)
[Sign on](#)
[Sign up](#)
[Contact us](#)
[Accessibility](#)
[Site map](#)
[Privacy](#)

[CURRENT ACCOUNTS](#)
[CREDIT CARDS](#)
[LOANS](#)
[SAVINGS & INVESTMENTS](#)
[CITIGOLD](#)
[INSURANCE](#)
[CUSTOMER INFO](#)
[INTERNATIONAL](#)

### Flexible Saver Issue 4

New customers earn a 12 month introductory rate of

# 2.40%<sup>AER</sup>

# 2.37%<sup>variable gross p.a.</sup>

[get details](#)

### sign on

[Citibank Online](#) >  
[Citibank Online](#) >  
[Get signed up now!](#) [get details](#)

### Student email alert

[get details](#)

[look](#)  
for a product or service

[apply](#)  
for a new account

[find](#)  
company information

Citibank is the UK's best performing retail bank

Source: [Euromoney 2007](#)

[www.citi.co.uk/ci-uk](#)

#### Important Information

Important information for Citi customers about deposits and the Financial Services Compensation Scheme (FSCS).

#### Impartial Financial Review

Designated unbiased view and advice on Citibank.

#### Citigold

Enjoy the best in the world Citigold.

#### US Dollar Reward Saver Account

0.75% gross p.a. AER for your US dollar.

[Home](#) [Contact us](#) [Privacy](#)


The gross rate is the contractual rate of interest payable before the deduction of income tax on the rate reached by 100.42% thanks to the Annual Equivalent Rate and a net rate that illustrates what the contractual interest rate would be if interest was paid and compounded on an annual basis.

Investment and Insurance products are not bank deposits and are neither obligations of nor guaranteed by Citigroup or any of its affiliates, unless otherwise stated. Investment products are subject to investment risk, including possible loss of the principal amount invested. Past performance is not indicative of future results and is not a guarantee of future performance.

By using Citi website, registered in the United Kingdom, you agree to the [Terms and Conditions](#).

Citi is not a financial institution, as it is a company whose sole objective is to provide the services of a bank to its customers.

[Citibank Online](#) is authorised and regulated by the Financial Services Authority.


[Citibank](#)

[Home](#)
[Sign on](#)
[Sign up](#)
[Contact us](#)
[Accessibility](#)
[Site map](#)
[Privacy](#)